

a falu

2019. ősz

XXXIV. évfolyam

Megjelenés minden évszakban



› Regionális különbségek a növénytermesztésben és az állattenyésztésben Magyarországon

› Egy többségében magyar lakta erdélyi község turisztikai vizsgálata

› A turizmus szerepe az alföldi járások fejlettségében

› A felsőoktatási rangsorok működése és relevanciája az agrártudományi képzések esetén

Szerzők

Egyed Szilárd	tanársegéd, EDUTUS Egyetem
Gulyás Péter	munkaszervezet vezető, Közép-Békési Területfejlesztési Egyesület
Harangi-Rákos Mónika	adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Ágazati Gazdaságtan és Módszertani Intézet
Kovács Evelin	PHD hallgató, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet, Logisztika Menedzsment Tanszék
Kömíves Péter Miklós	tanársegéd, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet; Debreceni Egyetem Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
Kútvölgyi Viktória	PhD hallgató, Szent István Egyetem
Oláh Judit	egyetemi docens, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet
Popp József	egyetemi tanár, MTA levelező tag Szent István Egyetem Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
Szalai Ádám	PhD hallgató, SZTE-TTIK Gazdaság-és Társadalomföldrajz Tanszék
Szenderák János	tanársegéd, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Ágazati Gazdaságtan és Módszertani Intézet Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola



ŐSZ

Heltai Jenő

ŐSZ

Szürke ég, ősziés...
Ősz, ősz ne siess!
Ne kergesd el a nyarat,
A meleg fényt, sugarat.

Süss ki még, nyári nap,
Simogasd az arcomat,
Melengesd a szívemet,
Míg az ősz eltemet.

Vidíts még vadvirág,
Míg enyém a vad világ.
Tudom én, érzem én,
Nem sokáig lesz enyém.

Szürke ég, szürke vég,
Be jó volna élni még!
Nem lehet, nem lehet,
Sötét árny integet.

Sötét árny, néma váz
Bűvöl és babonáz.
Kérdezem, nem felel,
Integet csak, menni kell.

Fogy a fény, fogy a nyár,
Hideg szél fujdogál,
Hideg szél, ősziés...
Ősz, ősz ne siess!

A FALU

Alapítva: 1985

Alapító: Agroinform Kiadó
és Nyomda Kft.

Szerkesztő bizottság:

Németh Tamás
elnök

Csatári Bálint
Csonka-Takács Eszter
Dinya László
Kovács Imre
Ligetvári Ferenc
Béres András, Ónodi Gábor
Podmaniczky László
Szörényiné Kukorelli Irén
Tóth Albert

Felelős szerkesztő:
Dénes Zoltán

Felelős kiadó:
Dr. Béres András ügyvezető



1223 Budapest Park utca 2.
Telefon: 06-1-362-8100
Központi e-mail cím:
hermanottointezet@hoi.hu
E-mail: afalu@hoi.hu
www.agrarlapok.hu

ISSN 0237-4323

Megjelenik minden évszakban

Fotók forrása:
Cserhádi László

Tartalom

5

**Regionális különbségek
a növénytermesztésben
és az állattenyésztésben
Magyarországon**
Popp József –
Harangi-Rákos Mónika –
Szenderák János –
Oláh Judit

15

**Egy többségében
magyar lakta erdélyi
község turisztikai
vizsgálata**
Kútvölgyi Viktória

27

**A turizmus szerepe
az alföldi járások
fejlettségében**
Gulyás Péter

35

**Intelligens fejlődés
vidéki térségekben:
eddig eredmények és
jövőbeli lehetőségek**
Szalai Ádám

59

**Tejágazatban érintett
vállalkozások IKT
irányultsága – vezetői
vélemények alapján**
Kovács Evelin

41

**A felsőoktatási
rangsorok működése és
relevanciája az
agrártudományi képzések
esetén**
Kömíves Péter Miklós

59

**A szülőkkal történő
ételvásárlás szerepe
a magyar fiatalok
fogyasztóvá válásának
folyamatában**
Egyed Szilárd

Az **A falu** szerzői és lektorai – a folyóirat újraindítása óta – díjazás nélkül végzik a munkájukat, ezzel járulnak hozzá a fenntartásához. A megjelent írásművek ezért csak a szerző, illetve a Kiadó hozzájárulásával használhatók fel.





Regionális különbségek a növénytermesztésben és az állat- tenyésztésben Magyarországon

Popp József – Harangi-Rákos Mónika –
Szenderák János – Oláh Judit

Bevezetés

Magyarország 2004. május 1-jén csatlakozott az Európai Unióhoz. Tudatosult, hogy az információ és a rendelkezésre álló tudás szerepe is meghatározó a hatékonyság növelésében a hirtelen változó piaci körülmények keretei között (Kapronczai et al., 2005). A csatlakozást követő években beigazolódott, hogy a mezőgazdaság szereplői nem voltak felkészülve arra, hogy az Európai Unió tagjává váljanak (Popp et al., 2007). A csatlakozás után szembe kellett nézni a korábbi versenyképesség gyengeségeivel, mint például az alacsony szervezettség és felszereltség, a korszerűtlen technológia és a hiányos logisztikai rendszerek alkalmazása, továbbá az elavult birtokstruktúra (Botos et al., 2015). Ezek a gyengeségek igazán akkor kerültek előtérbe, amikor „váratlanul” erős versennyel találtuk szembe magunkat, itthon piacot veszítettünk, strukturális feszültségek alakultak ki és túlzottan sokan estek ki a termelésből (Udovecz, 2007). Korábban hasonló folyamat játszódott le például a sertéságazat esetében, amely a rendszerváltás idején az elavult technikai háttérnek, az export-piacvesztésnek,

az elaprózódott termelési struktúrának és a termelési integráció hiányának köszönhetően jelentősen veszített korábbi jelentőségéből (Balogh et al., 2009).

A mezőgazdaság erősen támogatott ágazat, de a globális népesség növekedésével párhuzamosan az élelmiszer iránti kereslet folyamatosan nő. Mindez felértékeli a mezőgazdaság szerepét, ugyanakkor befektetés szempontjából csak akkor marad vonzó, ha képes alkalmazkodni a folyamatos változásokhoz. Az EU 2020 stratégiája a versenyképesség, az innováció, a hatékonyság javításának követelményét fogalmazza meg. Ez azt jelenti, hogy a korszerű technika, technológia alkalmazása növekvő termésátlagokkal és csökkenő fajlagos költségekkel párosul (Popp et al., 2017a), hiszen a hagyományos technológiával végzett mezőgazdasági termeléssel a globálisan növekvő igények nem kielégíthetőek (Horváth, 2016). Egyre nagyobb szerepet kapnak a precíziós eszközök a termelésben, amelyek alkalmazása azonban a termelők esetében is szemléletmód-váltást vár el (Maciejczak et al., 2018). Jelenleg sem piaci, sem támogatási oldalról nem látható a szerkezetváltás képe, ezért a közeljövőben nem



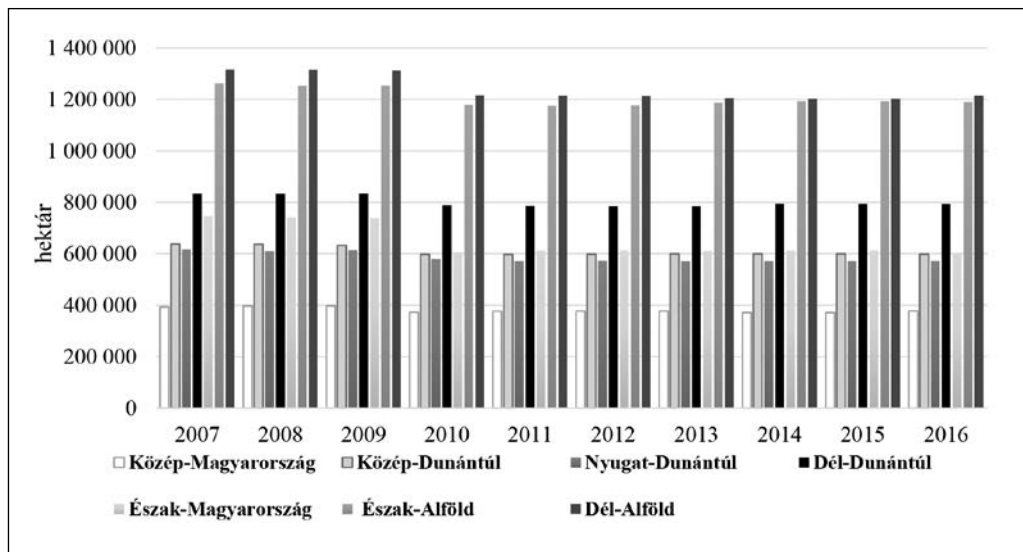
várható a mai termelési struktúra átalakítása (Popp et al., 2017b). Ehhez azonban arra is szükség lenne, hogy a dráguló élelmiszerek értékesítéséből befolyó többletjüvedelmek eljussanak a termelőkig (Farkasné Fekete et al., 2014), így a többletbevételnek köszönhetően a mezőgazdaság vonzóbb pályaképet adhatna a pályakezdő munkavállalóknak, illetve a növekvő haszonkulcsok segítségével több fejlesztés finanszírozására, ezáltal pedig a termelékenység javítására is lehetőség nyílna.

A magyar régiók gazdasági helyzete hűen tükrözi az általános gazdaságpolitikai problémákat is. Ezek orvoslása nélkül a hátrányos helyzetű régiók gazdasága sem tud felzárkózni, a mezőgazdaságról nem is beszélve. Magyarország komoly termelékenységi problémával szembesül, sőt a munkaerő-tartalékok elapadásával e probléma egyre súlyosabbá válik (Popp et al., 2018), amit a mezőgazdasági munkaerő korfájának kedvezőtlen alakulása és a megfelelő iskolai végzettséggel rendelkező gazdálkodók alacsony száma tovább súlyosbít (Herman et al., 2018).

Regionális különbségek a növénytermesztésben

2007 és 2016 között a mezőgazdasági terület 5,8 millió hektárról 5,3 millió hektárra csökkent. A magyar régiók közül Dél-Alföld és Észak-Alföld az ország mezőgazdasági területének csaknem 45%-át (átlagosan 2,45 millió hektárt) képviselte a vizsgált időszakban (1. ábra). Közép-Magyarország 7%-os (átlagban 380 ezer hektár) részarányával az utolsó helyen áll a régiók között (KSH, 2017a).

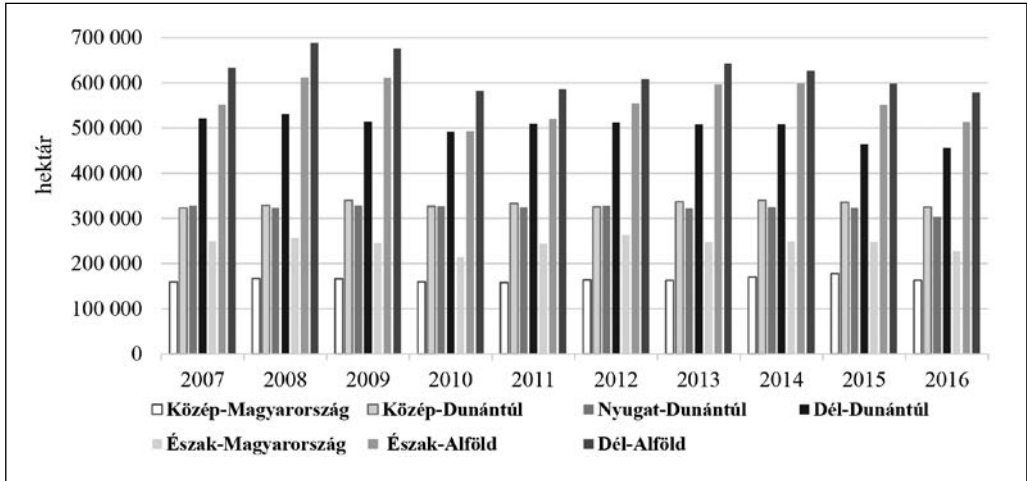
A vizsgált időszak átlagában a gabonánövények területéből Dél-Alföld 22,6%-ot, Észak-Alföld 20%-ot, Dél-Dunántúl pedig 18%-ot képviselt (2. ábra). Az utolsó helyen 6% körüli részesedéssel Közép-Magyarország áll (KSH, 2017b). A gabona területe csökkent 2010 és 2016 között, főleg Baranya és Somogy megyében, elsősorban az étkezési szokások változása és a bioetanol iránti csökkenő kereslet, valamint a termeléshez kötött agrártámogatások módosulása miatt. 2016-ban kukorica



1. ábra

A mezőgazdasági terület régiónkénti megoszlása 2007-2016 között (hektár)

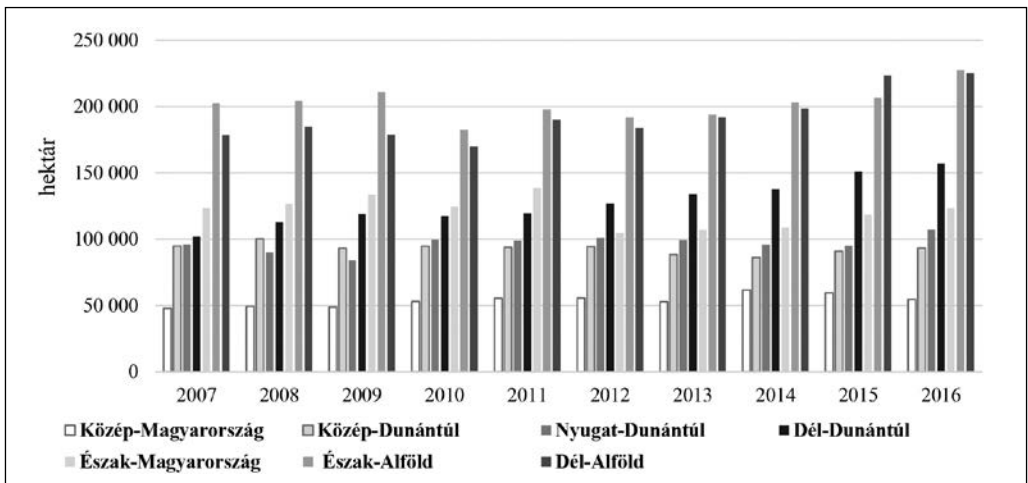
Forrás: KSH (2017b) adatai alapján saját szerkesztés



2. ábra

Fontosabb gabonanövények termésterületének régiós megoszlása 2007-2016 között (hektár)

Forrás: A KSH (2016) adatai alapján saját szerkesztés



3. ábra

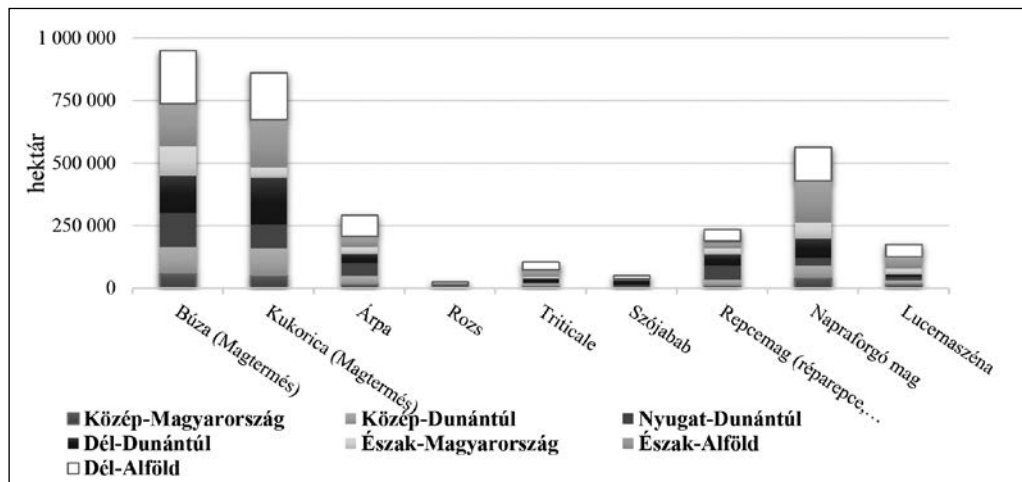
Fontosabb ipari növények termésterületének régiós megoszlása 2007-2016 között (hektár)

Forrás: A KSH (2017b) adatai alapján saját szerkesztés

helyett például tönköly- és durumbúzát, őszi árpát, repcét, napraforgót és szóját vetettek nagyobb arányban (KSH, 2017a).

A vizsgált időszak átlagában a fontosabb ipari növények termésterületéből – a gabonanövények területéhez hasonlóan – Észak-Alföld 23%-os, Dél-Alföld pedig

22%-os részarányt képviselt (3. ábra). 10 és 15% közötti részesedéssel sorrendben Dél-Dunántúl (14,36%), Észak-Magyarország (13,7%), Nyugat-Dunántúl (10,9%) és Közép-Dunántúl (10,5%) rendelkezett. Az utolsó helyet 6% körüli aránnyal Közép-Magyarország foglalta el (KSH, 2017b).



4. ábra

A magyar szántóföldi növénytermesztés vetésterületének regionális megoszlása főbb növénycsoportok szerint, 2016

Forrás: A KSH (2017b) adatai alapján saját szerkesztés

A szántóföldi növénytermesztés 2016. évi regionális megoszlásából látható a búza és a kukorica meghatározó szerepe (4. ábra) (KSH, 2017b). A mezőgazdasági területen belül a szántóterület részaránya az ország északnyugati megyéiben magasabb, mint az ország többi megyéjében (Baranya, Tolna és Békés megye). Bács-Kiskun és Hajdú-Bihar megyékben a szántó aránya magas, a mezőgazdasági terület 70%-a körül alakul. A szántóföldi növénytermesztés szempontjából egyik legjelentősebb megye Békés megye, ahol az ország összes szántóterületének közel 10%-a található (KSH, 2017a).

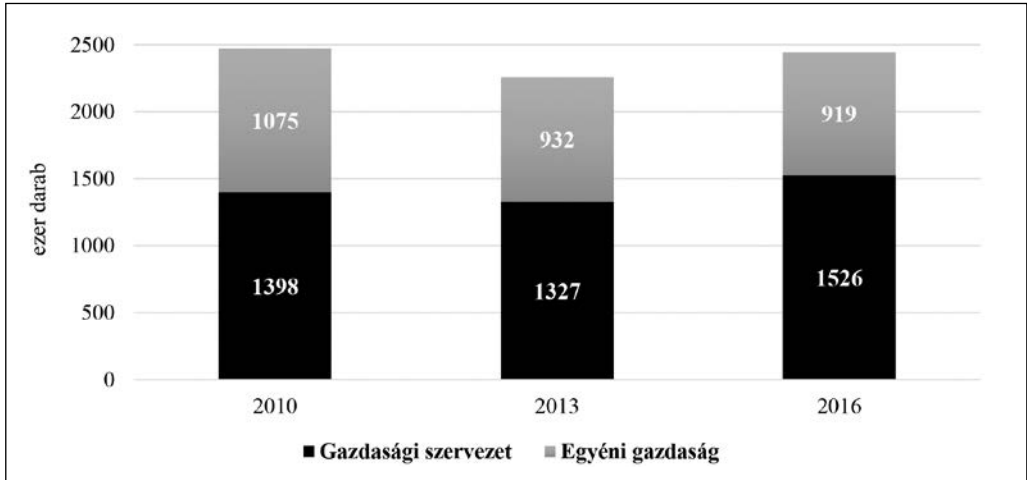
2016-ban közel 950 ezer hektáron búzát és 860 ezer hektáron kukoricát termesztettek, ami a mezőgazdasági vetésterület 34%-ának felel meg. A búza vetésterülete Dél-Alföldön 211 ezer hektár (22%), Észak-Alföldön közel 171 ezer hektár (18%) volt. A kukorica vetésterületében is kiemelkedő szerepet játszik az Alföldön, mert Észak-Alföld 192 ezer hektáron (22%) és Dél-Alföld 186 ezer hektáron (22%) termelt kukoricát (KSH, 2017b). A többi növény esetében is a Dél- és az Észak-Alföldi

régió a meghatározó a vetésterület nagysága szempontjából, de a szójatermelésben a Nyugat- és a Dél-Dunántúli régiók bírnak meghatározó szereppel.

Regionális különbségek az állattenyésztésben

2010 és 2016 között az állatállomány nagysága a gazdasági szervezeteknél 9,1%-kal nőtt, az egyéni gazdaságoknál pedig 14%-kal csökkent, de összességében állategységben kifejezve 1,1%-kal esett vissza (KSH, 2017a). 2016-ban az ország 262 ezer gazdaságában több mint 2,4 millió állategységnek megfelelő állatállományt tartottak (5. ábra).

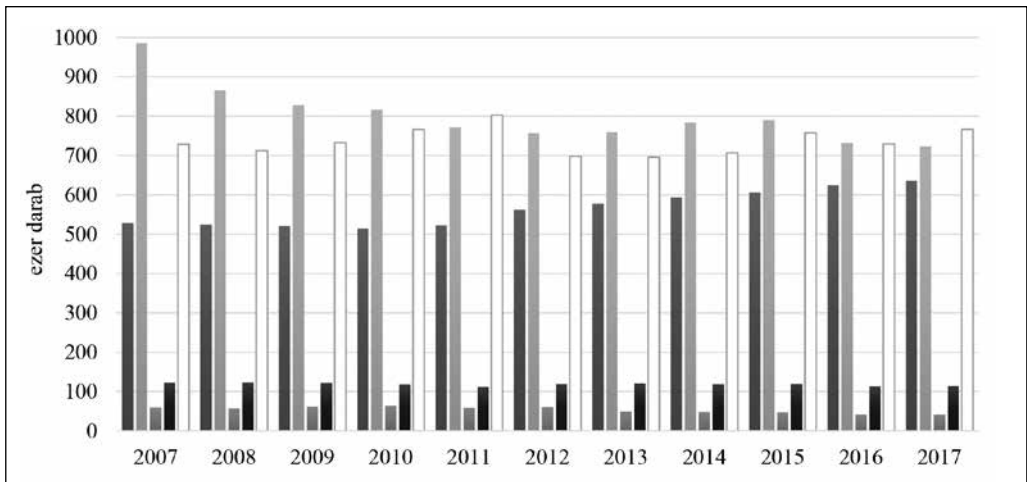
A szarvasmarha részaránya az állatállomány 25%-át (átlagosan 565 ezer darab szarvasmarha) tette ki 2007-2017 átlagában. 2007 és 2010 között csökkent, utána közel 20%-kal nőtt a létszám. A sertés 35%-os részaránya átlagosan 802 ezer egyedtel jelentett, de 2007 óta az állomány 27%-kal, azaz 262 ezer egyeddel csökkent. A loállomány csökkenése meghaladta a 30%-ot (18 ezer egyed). A juhok



5. ábra

Az állatállomány megoszlása a gazdasági szervezetek és az egyéni gazdaságok között

Forrás: KSH (2017a) adatai alapján saját szerkesztés



6. ábra

Állatállomány állategységben kifejezve 2007-2017

Forrás: KSH (2018) adatai alapján saját szerkesztés

átlagosan 5%-os részarányt képviseltek a teljes állatállományból, amely 115 ezer darabot jelentett állategységben kifejezve. 2007-hez képest az állomány 7%-kal csökkent, ami 4 ezer darabnak felel meg. A baromfiállomány állategységben kifejezett értéke 767 ezer darab volt 2017-ben, ami több mint 33%-os

részarányt jelentett (6. ábra). 2007 és 2011 között közel 10%-kal növekedett az állomány, de 2013-ban 2007-hez képest 5%-kal esett vissza az állomány (KSH, 2018).

2016-ban a legtöbb haszonállatot Bács-Kiskun és Hajdú-Bihar megyékben tartottak állategységben kifejezve. Bács-Kiskun



megyében az állomány a társas vállalkozások és az egyéni gazdaságok között fele-fele arányban oszlott meg, míg Hajdú-Bihar megyében a társas vállalkozások tartották az állomány 71%-át. E két megyében található a mezőgazdasági állatállomány egyharmada. A legkisebb állatállománnyal Heves, Nógrád és Vas megye rendelkezett, ahol az országos állomány csupán 5,0%-át tartották (KSH, 2017b). 2010 és 2016 között az állatállomány nagysága Pest megye mellett Győr-Moson-Sopron, Zala, Baranya, Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok és Bács-Kiskun megyében emelkedett, vagyis a legnagyobb állatállománnyal rendelkező két alföldi megyében (Bács-Kiskun- és Hajdú-Bihar megye) is nőtt az állomány létszáma (KSH, 2018).

2010 és 2016 között a szarvasmarha állomány nagysága 842 ezer egyedre (23%-kal) és a tehénállomány 379 ezer egyedre (19%-kal) emelkedett. 2016-ban az állomány 61%-át a gazdasági szervezetek tartották, míg 39%-át egyéni gazdaságok. A vizsgált időszakban 32%-kal nőtt a szarvasmarhát tartó gazdasági szervezetek száma, de az egyéni gazdaságoké 6,6%-kal csökkent. A gazdasági szervezetek 54%-a 100-nál több egyedre tartott, az átlagos állomány nagyság 418 darab volt. 2016-ban az egyéni gazdaságok 61%-a az 1-9 szarvasmarhát tartók méretkategóriába tartozott. Az egyéni gazdaságok csupán 4%-a tartott 100-nál több szarvasmarhát. A legtöbb szarvasmarhát az Észak-alföldi régióhoz tartozó Hajdú-Bihar megyében tartották 2016-ban, a teljes állomány 13%-át. A vizsgált időszakban tapasztalt állománygyarapodás (136 ezer egyed) több mint egynegyede ennek a megyének köszönhető (KSH, 2017a).

2016-ban 751 gazdasági szervezet (8%) és 111 ezer egyéni gazdaság (25%) tartott sertést. 2010 és 2016 között a sertésállomány 7,1%-kal, azaz 2,9 millió darabra csökkent. Az anyakoca állomány 77%-át a gazdasági szervezetek tartották. 2010 óta a gazdasági szervezeteknél 19 ezer egyeddel emelkedett,

az egyéni gazdaságoknál 248 ezer egyeddel csökkent az állomány. A legtöbb sertést, a teljes állomány 28%-át, vagyis 793 ezer egyedre a Dél-Alföldön tartották. A megyék közül kiemelkedik Hajdú-Bihar megye, ahol a teljes állomány közel 14%-a volt 2016-ban. Baranya megyében a teljes állomány 8,2%-át, Győr-Moson-Sopron megyében pedig 5,2%-át tartották (KSH, 2017b).

A gazdasági szervezetek 5,5%-a, az egyéni gazdaságok 43%-a tartott tyúkot 2016-ban. A gazdasági szervezetekben 1,5 százalékponttal, az egyéni gazdaságokban 11 százalékponttal csökkent a tyúkállomány 2010 és 2016 között. A tyúkok száma a vizsgált időszakban 5,2%-kal, 34 millió darabra esett vissza. A tyúkot tartó gazdaságok több mint háromnegyede 50-nél kevesebb állatot tartott, ugyanakkor a tyúkállomány 65%-át az 50 ezer darabnál több tyúkot tartó gazdaságok nevelték. A tyúkállomány 36%-át állategységekben kifejezve három megye adta 2016-ban, nevezetesen Hajdú-Bihar, Szabolcs-Szatmár-Bereg és Bács-Kiskun megye (KSH, 2017a).

Ludat 2016-ban az egyéni gazdaságok 3,9%-a és a gazdasági szervezetek 1,2%-a tartott. A 3,5 millió darab lúdállományunk több mint felét a gazdasági szervezetek tartották. A vizsgált időszakban 2010-től az egyéni gazdaságoknál 20%-kal, azaz 332 ezer darabbal csökkent, a gazdasági szervezeteknél viszont 73%-kal, 908 ezer darabbal nőtt az állomány, így szerepük is felértékelődött a lúdtartásban. A lúdállomány az alföldi régiókban összpontosul, 37%-át Hajdú-Bihar megyében tartották 2016-ban (KSH, 2017a). 2016-ban kacsát a gazdasági szervezetek 1,0%-a és az egyéni gazdaságok 9,1%-a tartott. 2010 és 2016 között 48%-kal nőtt a kacsát tartó gazdasági szervezetek száma, az érintett egyéni gazdaságok száma viszont 41%-kal csökkent. A vizsgált időszakban 9,7%-kal, 5,5 millió darabra emelkedett a kacsállomány. A kacsállomány az alföldi régiókban játszik meghatározó szerepet, 61%-át Bács-Kiskun megyében tartották



2016-ban. Pulykát a gazdasági szervezetek 1,2%-a, az egyéni gazdaságok 1,9%-a tartott 2016-ban. A vizsgált időszakban 13%-kal, 3,2 millió darabra csökkent a pulykaállomány. A pulykaállomány alig 16%-át tartották az egyéni gazdaságok és 84%-át a gazdasági szervezetek.

A ludat, kacsát, pulykát tartó gazdaságok közül több mint 90% tartott 50-nél kevesebb állatot, míg a lúd, kacska és pulyka állomány 46, 50 és 52%-át az 50 ezer darabnál több ludat, kacsát vagy pulykát tartó gazdaságok nevelték. Itt szinte teljes mértékben gazdasági szervezetekről van szó, mivel lúd és pulyka esetében nem is rögzített a KSH 50 ezernél több egyed tartó egyéni gazdaságot. A kacsatartók esetében 2016-ban mindössze 5 egyéni gazdaság tartott 50 ezernél több egyed. A pulykát jellemzően Győr-Moson-Sopron és Vas megyékben tartották, mindkét megye részaránya közel 20%-ot tett ki 2016-ban (KSH, 2017a).

A gazdasági szervezetek 6,0%-a, az egyéni gazdaságok 5,7%-a tartott juhot 2016-ban. A juhot tartó gazdasági szervezetek száma 565-re, vagyis közel másfélszeresére nőtt, az érintett egyéni gazdaságok száma viszont 9,5%-kal 23,9 ezerre csökkent 2010 és 2016 között. 2010 és 2016 között a juhállomány 1,1%-kal, 1,2 millió egyedre emelkedett. Az állatállomány 86%-át az egyéni gazdaságokban tartották 2016-ban, de ez az arány 2000 óta nem változott. A juhot tartó egyéni gazdálkodók 58%-a 10-nél kevesebb juhot tartott, 32%-a a 0-99 közötti létszám-kategóriába esett. Az egy gazdaságra jutó átlagos állománynagyság 12%-kal, 44 darabra nőtt a vizsgált időszakban (KSH, 2017a).

Az országos juhállomány több mint egyharmadát Észak-Alföldön tartották 2016-ban. Ezen belül Hajdú-Bihar megye állt az első helyen, ahol az összlétszám közel egyötödét számlálták. (2013-ban a legtöbb juh még Bács-Kiskun megyében volt). A Hajdú-Bihar megyében tartott 229 ezer darabos juhállomány

megközelítette a Dunántúl juhtartóinak teljes állományát (236 ezer darab). A kecskét tartó gazdasági szervezetek száma 71-ről 110-re emelkedett, míg az egyéni gazdaságoké 16,6 ezerre csökkent, miközben szerény mértékben, 100 ezer darabra nőtt a kecskelétszám. Bács-Kiskun megye 11%-os részesedése a legnagyobb, de említést érdemel még Hajdú-Bihar és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye is 8,5%-os, illetve 8,3%-os részesedéssel. Hajdú-Bihar és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében száz hektár mezőgazdasági területre vetítve állategységben kifejezve együttesen mintegy 6 juh és kecske jutott (KSH, 2017a).

Következtetések

A gabonanövények területéből Dél-Alföld 23%-ot, Észak-Alföld 20%-ot, Dél-Dunántúl pedig 18%-ot képvisel. Az utolsó helyen 6% körüli részesedéssel Közép-Magyarország állt. A fontosabb ipari növények területeinek megoszlása is hasonló képet mutat. A szójatermelésben azonban a Nyugat- és a Dél-Dunántúli régiók vezetnek. A gazdasági szervezetek esetén a növénytermesztés dominál. A gazdaságok több mint 70%-a tartozott ebbe a körbe Tolna és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében és 50%-a Veszprém és Nógrád megyében. Ugyanakkor megyénként jelentős eltérést mutatott az állattartó gazdasági szervezetek aránya, hiszen Komárom-Esztergom megyében a gazdasági szervezetek 25%-a, Nógrád, Hajdú-Bihar és Bács-Kiskun megyében 20%-a állattartónak minősül. Borsod-Abaúj-Zemplén, Somogy és Tolna megyében az állattartó gazdaságok aránya nem éri el a 10%-ot.

A mezőgazdasági állatállomány egyharmadát Bács-Kiskun és Hajdú-Bihar megyékben tartják. A legkisebb állatállománnyal Heves, Nógrád és Vas megye rendelkezik. A szarvasmarha állomány 61%-át a gazdasági szervezetek tartják, míg 39%-át egyéni gazdaságok. A gazdasági szervezetek 54%-a



100-nál több egyedet tartott, az egyéni gazdaságok 61%-a az 1-9 szarvasmarhát tartók méretkategóriába tartozott. A szarvasmarha állomány 13%-át Hajdú-Bihar megyében, a sertésállomány 28%-át a Dél-Alföldön tartják, de említést érdemel még Hajdú-Bihar, Baranya és Győr-Moson-Sopron megye sertéstartása is.

A termelési erőforrások és a piacok távolsága mellett a fejlődésben egyre nagyobb szerepet kap a helyi üzleti környezet állapota, a humán- és a társadalmi tőke, a vállalkozói kultúra és az üzleti hálózatok kiépítése. Termékpálya esetében a feldolgozó üzem (húsipar, tejipar, konzervipar) földrajzi közelsége és hatékonysága is befolyásolja a gazdálkodás eredményességét. A mezőgazdasághoz kapcsolódó ipari és szolgáltató szektorokban már nagyobb súllyal szerepel a régióban tapasztalható fogyasztóképes kereslet, a munkaerő ellátottság és képzettség, valamint a közlekedési infrastruktúra.

A mezőgazdasági termelők körében ma a legnagyobb gondot a termékek értékesítése és a piac bizonytalansága jelenti. Termékeik általában a feldolgozóipar alapanyagául szolgálnak, ezért a feldolgozóipar fejlesztése fontos a mezőgazdasági termelők szempontjából is. A mezőgazdasági termékek feldolgozásával foglalkozó kis- és középvállalkozások, valamint számos, az elsődleges feldolgozásban érintett nagyvállalat versenyképességét negatív módon befolyásolja a rossz tőkeellátottság, az alacsony élőmunka-hatékonyság, az ágazatot érintő valódi szerkezetváltás elmaradása és a termelési koncentráció, szakosodás és korszerűsítés hiánya. Az innováció szintje, a K+F eredmények alkalmazása, valamint a marketing munka színvonala is alacsony szintű. A mezőgazdasági alapanyagot termelő vállalkozások hosszú távú fennmaradása és sikeres működése a fejlett, a mezőgazdasági termékek felvevő piacát jelentő élelmiszeripar mellett képzelhető el. A magyar régiók gazdasági helyzete hűen tükrözi az általános gaz-

daságpolitikai problémát is. Ezek orvoslása nélkül a hátrányos helyzetű régiók gazdasága sem tud felzárkózni, a mezőgazdaságról nem is beszélve. Magyarország komoly termelékenységési problémával szembesül, sőt a munkaerő-tartalékok elapadásával e probléma egyre súlyosabbá válik.

Felhasznált irodalom

Balogh P. – Ertsey I. – Fenyves V. – Nagy L. (2009): Analysis and optimization regarding the activity of a Hungarian pig sales and purchase cooperation. *Studies in Agricultural Economics* No. 109. pp. 35-54.

Botos Sz. – Herdon M. – Várallyai L. (2015): Readiness for Future Internet Services in Rural Areas. *Procedia Economics and Finance*, 19: 383-390.

Farkasné Fekete M. – Balyi Zs. – Szűcs I. (2014): Az agrárgazdaság hatékonyságának néhány sajátos aspektusa. *Gazdálkodás* 58. 6: 564-594.

Herman S. – Körösparti P. – Kőmíves P. M. (2018): A magyar agrár-felsőoktatás aktuális helyzete. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, Vol. 3, No. 4. pp. 263-281.

Horváth J. (2016): A mezőgazdaság főbb ágazataival kapcsolatos kilátások a világon. In: Horváth J. – Komarek L.: A világ mezőgazdaságának fejlődési tendenciái. Szegedi Tudományegyetem Mezőgazdasági Kar, Hódmezővásárhely: 133-250.

Kapronczai I. (szerk.) – Korondiné Dobolyi E. – Kovács H. – Kürti A. – Varga E. – Vágó Sz. (2005): A mezőgazdasági termelők alkalmazkodóképességének jellemzői (Gazdálkodói válaszok időszerű kérdésekre). *Agrárgazdasági Tanulmányok*, 2005. 6. sz., AKI, Budapest, 166 p.

KSH (2016): Agrárium 2016, előzetes adatok. Statisztikai tükör. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/gszo/agrariumelo16.pdf>



KSH (2017a): A magyar mezőgazdaság regionális különbségei, 2016. <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/gszo/agrarium16.pdf>

KSH, (2017b): KSH Tájékoztatói adatbázis, Szakstatisztikák témák szerint. LINK: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/themeSelector.jsp?page=1&theme=OM>

KSH (2018): Agrárcenzusok – Hosszú idő-sorok. https://www.ksh.hu/agrarcenzusok_hosszu_idosorok

Maciejczak, M. – Takács I. – Takács-György K. (2018): Use of smart innovations for development of climate smart agriculture. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 20. 2:117-124.

Popp J. – Potori N. – Udovecz G. (szerk.) (2007): Alkalmazkodási kényszerben a

magyar mezőgazdaság. Folytatódó lemaradás vagy felzárkózás? Agrárgazdasági Tanulmányok, 2007. 7. sz., AKI, Budapest, 1-132.

Popp J. – Fazakas P. – Hollósi D. – Oláh J. (2017a): A versenyképes mezőgazdaság, a földár és a föld jövedelemtermelő képesség összefüggései. Gazdálkodás, 6 (61): 491–504.

Popp J. – Harangi-Rákos M. – Nagy A. – Oláh J. (2017b): A búza és kukorica termékpálya nemzetközi kilátásai. A Falu, 32 (4): 43–57.

Popp J. – Szenderák J. – Fróna D. – Felföldi J. – Oláh J. – Harangi-Rákos M. (2018): A magyar mezőgazdaság teljesítménye 2004-2017 között. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. 13 (3-4): 9–20.

Udovecz G. (2007): Az Európai Agrárpolitika eszményei és realitásai. Gazdálkodás, 20. 1: 2–10.





Egy többségében magyar lakta erdélyi község turisztikai vizsgálata

Kútvölgyi Viktória

Bevezetés

Erdély a mai Románia területének közepén, nyugati és észak-nyugati részén, a félkörívben felgyűrődött Kárpátok belső gyűrűjében helyezkedik el. Területe 99838 km², ami Románia területének 42%-a. Erdély változatos etnikai térszerkezetű, 17 nemzetiség hazája. Településhálózata erős városi gerinchálózatból és különböző funkciójú falusi térségekből épül fel (Vofkori, 2000).

Ezen tanulmány a 41 km²-en elterülő Körösfő községet vizsgálja, melyhez négy település tartozik: Körösfő, Kalotánádas (= Nádas), Nyárszó és Sárvásár. Kolozs megye nyugati részében helyezkedik el, a megyeközpontról, Kolozsvártól 43 kilométerre (Vlad, 2011). Területi elhelyezkedését tekintve Körösfő községet Bánffyhunvad és Sárvár után érjük el a Sebes- Körös forrásának a közelében, a Ríszeg – tető (745 m) alatt (Elekes, 2006). Az Erdélyi-medence nagy része a Tisza vízgyűjtőjéhez tartozik; ezen belül a Szamosok, a Sebes-Körös és a Maros vízvidéke különíthető el. A Sebes- Körös a Kalotaszegi-dombságokon, Körösfő határában ered; völgye forgalmas átjárót képez az Erdélyi- középhegységen keresztül (Hajdú - Moharos, 2002). A kalotaszegi település az E 60 nemzetközi út mentén helyezkedik el, ami az átmenő forgalom szempontjából is kedvező (Péntek, L. 2010).

Sárvásárt először 1219-ben, majd 1391-ben említik írott dokumentumokban, Nyárszó települést pedig 1391-ben mint királyi birtokot (Vlad, 2011). A megszokottól eltérően Sárvásár és Nyárszó településeknek egy lelkészük van. Az esperes úrtól, Vincze Mínya Istvántól megtudtam, hogy két különálló, teljesen más közösségről van szó. Sárvásáron emancipáltabbaknak gondolják magukat az emberek és a város felé orientálódnak. Nyárszó zsákfalu, az emberek sokkal összetartóbbak, mint Sárvásáron. Kalotaszeget vizsgálva Vincze Mínya István szerint Nyárszón őrzik leginkább a hagyományokat. Nagy ünnepeket tartanak; karácsonykor a gyerekekkel műsort adnak, konfirmálás történik, valamint zarándoklás hegedűszóval. Minden egyes házba elmegy az esperes is, (ügyelve arra, hogy mindenütt ugyanannyi időt töltsön, s nehogy sértődés legyen) kántálnak, beszélgetnek, ilyenkor a közösség tagjain belül több éves haragot is próbálnak feloldani és végleg lezárni. Húsvéti locsolkodásra is csapatosan járnak. Nyárszó lakosai spontán bármikor elkezdnek nótázni. A fiatalok is büszkén ápolják a néphagyományokat, folklórt; két sör elfogyasztása után nekiállnak nótázni, mert ez természetes számukra, ebben nőnek fel. Néptánc csoportot is létrehozta. A nyárszóiak sokkal inkább vállalják a hitüket, a vallásukat, mint a Sárváriak.



Az emberek szívügyüknek tekintik az egyház-közösséget. Nyárszón futballcsapat is létesült, ami közösségépítő hatással bír. Mindezek az apró mozaikok nagyon fontosak, ahhoz, hogy megmaradjanak. Nyárszón állandó jelleggel 153-an laknak.

Nyárszó és Sárvasár között feszülő ellentétet a közös munkavégzés enyhítette. Nyárszón van az óvoda, Sárváron pedig az iskola. A közintézmények kialakítása a két település közös munkájának együttműködése által jött létre. Nyárszó kapcsolata a körösfőiekkel sem felhőtlen. A nyárszóiak szépen faragnak, varrottasokat készítenek, amit a körösfőiek, akik kereskedelem szempontjából földrajzilag sokkal kedvezőbb helyen fekszenek, többszörös áron továbbértékesítenek (Vincze, 2017).

Körösfő, a községközpont nevét először 1276-ban írták le, mint erdélyi római katolikus püspöki tulajdont. Lakói foglalkoztak gazdálkodással, ami a rossz minőségű föld miatt nem volt kifizetődő, majd később fuvarozással. A XIX. század második felében lefektetett vasút, azonban túl erős versenytársnak bizonyult. Ekkor játékokat kezdtek el gyártani gyerekeknek, majd 1880 körül Gyarmathy Zsigmond faragó iskolájának köszönhetően kezdetét vette a székek, asztalok, faragott dobozok, sakktablák készítése (Vlad, 2011). Gyarmathy Zsigmondné Hory Eteleka nagymértékben hozzájárult a varrottas motívumok oktatásához, s az 1880-as években, céltudatos munkával elérte, hogy divat lett a főúri kastélyokban a kalotaszegi varrottással díszíteni. A kalotaszegi írásos varrottas a régi hímzés módok legmarkánsabb formája. A mintát először a vászonra megírja, kirajzolja az íróasszony, innen ered a neve: írásos (Kicsi, 1998). A kalotaszegi lakásbelső díszét a zöld csempékből készült tüzelőszerkezetek, a színes kerámiaedények, a festett bútorok és a díszített textíliák alkották. Még napjainkban is rendeznek be „kalotaszegi tisztaszobát” magásra vetett ággyal, festett hozományos ládával, sarkos elrendezésű

asztallal és padládákkal a nagylányoknak (Vofkori, 2000). Körösfőn 260-an vannak, az állandó lakossága 180 fő, jóval nagyobb közösségről van szó, mint Nyárszó, vagy Sárvasár esetében. Körösfőn azonban a pénz dominál, az emberek gazdagabbak, mint a korábban említett másik két faluban, azonban nem olyan összetartóak, mint közösség szétesett. (Vincze, 2017). Körösfő a legismertebb kalotaszegi tiszta magyar falu. A házak homlokzatáról méltóság, a kapuk faragásából pedig gazdagság sugárzik (Kicsi, 1998). Körösfőt egyedülállóvá teszi az országutat szegélyező, népművészeti tárgyakat kínáló árusok sora.

Kalotánadas első írásos említése 1464-re tehető. A többségében románok által lakott falu etnográfia, demográfiai és társadalmi szempontból is elszigetelt volt. Jellemzően juhnyájak vándorlegeltetésével foglalkoztak. Festői fatemplomát 1730-ban építették (Vlad, 2011). A községi nyilvántartás szerint 204 háztartás található Kalotánadason, amely közül sok üres. Az aktív háztartások száma körülbelül 70 (Pocol et al., 2018).

Módszertan

Körösfő község négy településének vizsgálata összesen 228 háztartás kérdőíves lekérdezésével történt. A teljes község körülbelül 1500 fő, ami megközelítőleg 500 háztartást jelent, vagyis minden második háztartásról sikerült információt kapni. A kérdőív kitöltésénél figyelembe lett véve, hogy a lakossági létszám arányaihoz igazodjon a kitöltendő kérdőívek mennyisége. Körösfőn 94, Kalotánadason (= Nádas) 64, Nyárszón 36 és Sárváron 34 háztartás válaszolt a kérdőív kérdéseire. A négy település különlegessége, hogy Körösfő, Nyárszó és Sárvasár elsősorban magyar lakta, míg Kalotánadas többségében románok által lakott település. A települések válaszai külön-külön is kiértékelésre kerülnek a részletesebb információ közzétételéhez. A falukutatás 2017. júliusában zajlott. A turiz-



mus vizsgálatához a kérdőív tíz kérdést tartalmaz. A kérdés jellegétől függően nyílt és zárt típusú kérdés felvetés egyaránt történt. Vizsgálja a lakosság turizmusban betöltött szerepvállalását; a közbiztonság, a helyi szolgáltatások és a helyi szórakozási lehetőségek megítélését. A lakossági kérdőív azt is kutatja, hogy mire büszkék a helybeliek, milyen attrakcióval rendelkeznek. A lakossági kérdőíven túl interjúkat készítettem néhány szállásadóval és Nyárszó/Sárvásár egyik meghatározó személyével, az esperessel. A tanulmány végül összegzi a magyar és román lakta település közötti különbséget.

Kutatási eredmények bemutatása

A lakosság kérdőíves felmérés eredményei

Ebben a részben a lakosság turizmushoz fűződő kapcsolatát elemzem kilenc kérdésen keresztül. A kérdőív első kérdése arra

vonatkozik, hogy „Rendelkeznek-e családi vállalkozással?” A válaszokat az első számú táblázat mutatja be.

A táblázat egyértelműen mutatja, hogy Körösfőn majdnem minden második megkérdezett háztartás családi vállalkozást üzemeltet. Nyárszó és Sárvár helyzete nagyon hasonló, ezeken a területen a családi vállalkozások aránya felére csökkent a Körösfőiek arányához képest. Míg a román településen, Nádason fele annyian vállalkoznak, mint Nyárszón vagy Sárvásáron.

A második kérdés azt vizsgálja, hogy mely területen rendelkeznek családi vállalkozással. A válaszokat a második számú táblázat szemlélteti.

A válaszok alapján a szolgáltatás területén történik a legtöbb vállalkozás a községben. Az ipar mindössze 4%-kal marad el a szolgáltatás szektorától, míg a mezőgazdaság 34%-kal. Ennek okát valószínűleg a szakirodalomban

1. táblázat

„Rendelkeznek-e családi vállalkozással?”

Település neve	Megkérdezettek száma (fő)	Családi vállalkozással rendelkezők	
		száma (fő)	aránya (%)
Körösfő	94	39	41
Nyárszó	36	7	19
Sárvásár	34	5	18
Nádas	64	6	9
Összesen	228	57	25

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.

2. táblázat

„Milyen területen rendelkeznek családi vállalkozással?”

Település neve	Ipar		Mezőgazdaság		Szolgáltatás	
	db	%	db	%	db	%
Körösfő	17	44	3	7	19	49
Nyárszó	3	43	1	14	3	43
Sárvásár	2	40	1	20	2	40
Nádas	2	33	2	33	2	33
Összesen	24	42	7	12	26	46

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.



3. táblázat

„Állítanak elő az Ön családjában kézműves vagy népművészeti termékeket?”

Település neve	Meggkérdettek száma (fő)	Igennel válaszolok	
		száma (fő)	aránya (%)
Körösfő	94	54	57
Nyárszó	36	8	22
Sárvásár	34	12	35
Nádas	64	3	5
Összesen	228	77	34

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.

4. táblázat

„Milyen kézműves vagy népművészeti termékeket állítanak elő?”

Település neve	Sakk	Titkos doboz	Terítő	Kézi-munka	Játék	Kerámia	Szőnyeg
Körösfő	24	14	11	3	2	1	0
Nyárszó	0	0	7	0	0	0	0
Sárvásár	0	0	9	3	0	0	0
Nádas	0	0	2	0	0	0	1
Összesen	24	14	29	6	2	1	1

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.

már említett gyenge minőségű föld szerény hozama okozza. A két szélsőséges érték Körösfőn található: a vállalkozások közel fele a szolgáltatások területén foglalatoskodik, míg a mezőgazdasági tevékenységgel csak 7% foglalkozik. Ebben a felmérésben is Nyárszó és Sárvásár helyzete nagyon hasonló. A román területen a vállalkozások aránya minden szektorban ugyanannyi.

A harmadik kérdés azt kutatja, hogy a háztartások állítanak-e elő kézműves vagy népművészeti termékeket. Az igennel válaszoló számát és arányát a harmadik számú táblázat elemzi.

Körösfő szerepe kiemelkedő a kézműves vagy népművészeti termékek előállításában, minden eddigi vizsgált kérdéshez képest itt olvasható a legnagyobb arányszám, 57%. Arányában Körösfőn összesen annyian foglalkoznak kézműves vagy népművészeti termék előállításával, mint Nyárszón és Sárváron

együtt. Nádasdon csekély, ezekkel a termékekkel foglalkozók köre, mindössze 5%.

A negyedik kérdés további részleteket elemez, azt vizsgálja, hogy milyen kézműves vagy népművészeti termékeket állítanak elő. A válaszokat a negyedik számú táblázat mutatja.

Körösfő négy termék előállításában egyeduralgó szerepet tölt be: a sakk, a titkos doboz, a játék és a kerámia tárgyak létrehozásában. A kézművesség közül a fafaragással foglalkoznak elsősorban, főleg sakkot és titkos dobozt gyártanak, mely elsődlegesen férfimunka. Mindkét tárgy a turisták kedvence. Mindegyik településen készítenek terítőt, ami női munka eredménye. Összességében a községben a terítő előállítása történik a legnagyobb mennyiségben. Nádas az egyetlen település ahol szőnyeg készítésével foglalkoznak.



Az ötödik kérdés a termékek értékesítésének módját elemzi.

Az előállított termékek értékesítése legnagyobb mértékben a faluban történik. Ehhez nagymértékben hozzájárul a legtöbb terméket előállító Körösfő kedvező infrastruktúrája, az E 60-as nemzetközi út közelsége. Jelentős a falun kívül történő értékesítés is, különösen Nyárszó szempontjából, amely zsákfalú. A falun kívüli értékesítéssel majdnem azonos arányban történik a kereskedők közbeiktatásával bonyolítandó értékesítési forma is. Ilyenkor jellemző a nagy tételben történő eladás a külföldi értékesítő piacokra. S végül az egyéb értékesítési mód az összes értékesítés 7%-át teszi ki.

A hatodik, hetedik és nyolcadik kérdés a turizmus szempontjából fontos elemeket vizsgál: a helyi közbiztonságot, a helyi szolgáltatásokat és a helyi szórakozási lehetőségeket. A lakosság, a kérdőívben egy négy fokozatú skálán jelölte be az elégedettség mértékét, melynek eredményeit az első, a második és a harmadik ábra mutatja. A halmozott sávon

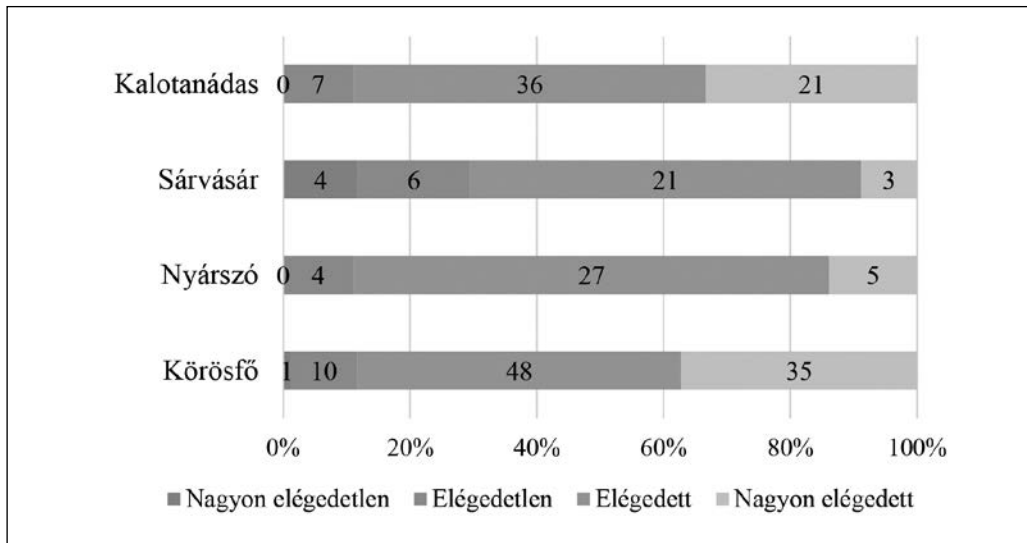
szereplő számok azt jelzik, hogy az egyes elégedettségi fokokat hányan találták mérvadónak. Az eltérő színek hosszúsága pedig a százalékos arányt érzékeltetik.

A közbiztonság mértékével három településen belül körülbelül azonos arányban elégedettek az emberek: Körösfőn, Nyárszón és Kalotánádason. Sárváron kisebb az elégedettség mértéke a többi településhez viszonyítva, de még így is a megkérdezettek 70%-a elégedett vagy nagyon elégedett a közbiztonsággal.

A helyi szolgáltatásokkal összességében a zsákfalú lakói, a nyárszóiak a legelégedettebbek, őket követi alig lemaradva Kalotánádas és Körösfő, míg Sárváron a lakosság közel 60%-a elégedetlen a szolgáltatások mennyiségi és minőségi színvonalával.

A szórakozási lehetőségekkel való elégedettség Kalotánádason a legnagyobb, a nagyon elégedettek és elégedettek aránya 66%. Nyárszón 47%, Sárváron és Körösfőn ez az érték 30% alatti, amely mutatja, hogy ez irányba fejlesztések végrehajtása szükséges.

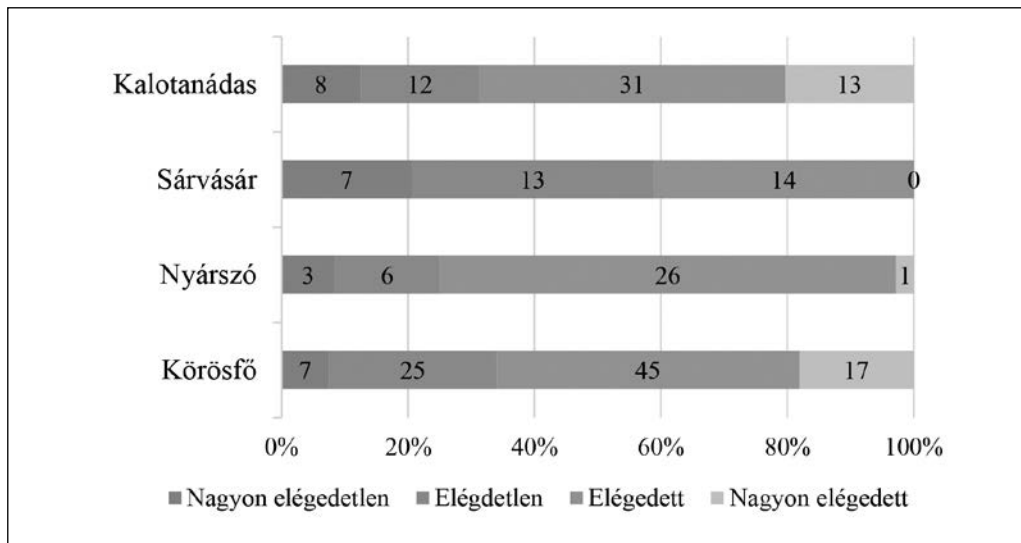
A kérdőív kilencedik kérdése arra keresi a



1. ábra

A helyi közbiztonsággal való elégedettség

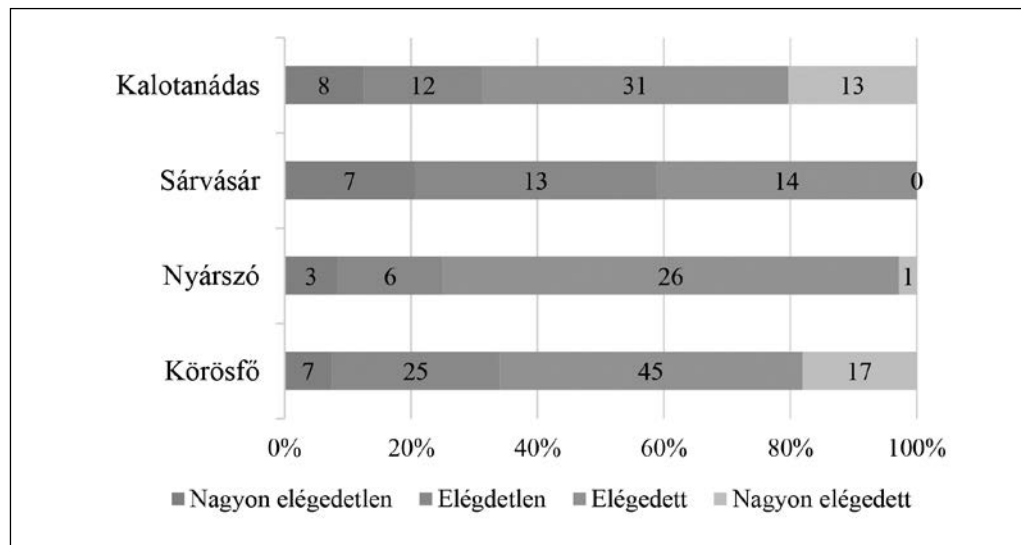
Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.



2. ábra

A helyi szolgáltatásokkal való elégedettség

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.



3. ábra

A helyi szórakozási lehetőségekkel való elégedettség

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.



„Részt vesz-e a helyi turizmusban?”

	Körösfő	Nyárszó	Sárvásár	Nádas	Összesen
Igen, szobát adok ki.	1	3	0	1	5
Igen, vendéglátással/ étkeztetéssel foglalkozom.	2	1	1	1	5
Igen, programokat szervezek.	2	1	1	1	4
Nem foglalkozom turizmussal.	89	32	32	61	214

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2017. Saját szerkesztés.

választ, hogy mire a legbüszkébbek az eltérő települések lakói. Erre a kérdésre adott válaszokat csökkenési sorrendben írom le.

Körösfőn: a templomra (40 fő) a legbüszkébbek, aztán a családjukra (8 fő), a népviseletre és az iskolára (6 fő). Egy-egy említést kapott Kalotaszeg, Körösfő történelme, a betonút, az országút, a futball csapat és a körösfőiek összetartása.

Nyárszó értékeit a lakosság leginkább a csendes, nyugodt környezetben látja (13), a közösség összetartásában (4 fő) és a templom (2 fő) erejében. Egy-egy személy említette az iskolát, az utakat, az ivóvíz meglétét, a hagyományos népviseletet és van, aki a román - magyar viszonyra büszke.

Sárvásáron az eddigiektől eltérően nem a természeti vagy az épített környezet valamelyik eleme képviseli a büszkeség csúcsát, hanem maga az ember (7 fő): a család, a feleség, a saját gyermek, a szomszéd, a templomba járó emberek. Ezt követi a szép és csendes falu nyugalma (4 fő), két fő által a hagyományok, az énekkar és az iskola; s végül egy-egy személy büszke az erős összetartás valamint a jó kapcsolat kialakítására a románokkal.

Kalotánádas lakói a szép és csendes falura a legbüszkébbek (30 fő), majd az ott élő emberekre (8 fő) és a saját családjukra (6 fő). A templom (5 fő), a tradíció (4 fő), az infrastruktúra (2 fő), a falunap (2 fő), a Nádas folyó (1 fő) és a kultúrház (1 fő) amelyek büszkeséggel tölti el a helyiek szívét.

A kérdőív tizedik kérdése azt fejtegeti, hogy

a megkérdezettek mennyire vesznek részt a turizmus kiszolgálásában. A válaszokat a hatodik táblázat összesíti.

A táblázat jól szemlélteti, hogy a községben a turizmussal foglalkozók aránya elég egyenletesen eloszlik a különböző feladatok terén. Szobák kiadásával és étkezés biztosításával öten foglalkoznak, programszervezéssel pedig négyen. Érdekes megjegyezni, hogy az nemzetközi útvonal mellett elhelyezkedő Körösfőn éppen annyian foglalkoznak turizmussal, mint a zsákfaluban Nyárszón, öten. Nádason három, Sárváron ketten végeznek turizmus kapcsolatos tevékenységet a megkérdezettek közül.

A továbbiakban a község néhány szállásadójával folytatott interjú kivonata olvasható.

Körösfő község szálláshelyeinek vezetőivel készített interjúk összegzése

Ebben a részben négy vendégház ismertetésére kerül sor.

Eszter Vendégház (Interjúalanyok a tulajdonosok: Péntek Eszter, és férje, Péntek Ferenc)

Lehetőségükből adódóan a családi vállalkozás 2006-ban alapították. Egy apartmanszerűséggel rendelkeznek, amelynek van egy nappali, egy hálószoba, egy felszerelt konyha és egy fürdőszoba része. A vendégek számára 4-5 fős szálláshely értékesítést tudnak biztosítani. Családoknak nagyon jól



megfelel a hely, vannak nagy és kis ágyak is. A vállalkozásban négyen dolgoznak. Mindezt hobbiszinten csinálják, főfoglalkozás mellett, mivel ebből nem lehet megélni.

Egész évben nyitva vannak. Bizonyos periódusban nagyon sok vendég van, főleg Húsvétkor, Feketető vásár alkalmával és nyáron. A legmagasabb forgalmat általában júliusban és augusztusban érik el, ami 70%-os kihasználtságot jelent. Az év többi részében azonban szeretnének magasabb vendéglétszámot realizálni, különösen a hétköznapok alkalmával. A vendégkör összetételét vizsgálva főleg magyarok és lengyelek veszik igénybe a szállásadást, akik elsődlegesen Bulgáriába mennek, és itt félúton megpihennek; a román vendégek száma kevés. A vendégek átlagos tartózkodási ideje egy nap. A vállalkozás az interneten keresztül reklámozza magát. Péntek Ferencék titkos doboz készítésével is foglalkoznak. A titkos doboz készítésének folyamatát a Rákóczi Egyesület elnöke bemutatja az ide látogatóknak, így további ismertségre tudnak szert tenni. Véleményük szerint a konkurenciájuk száma alacsony.

A tulajdonosok által javasolt programok többnapos itt tartózkodás esetére: a körösfői templom, a vizesés, a Tordai sóbánya, a Tordai hasadék és a Bélesi tó, valamint a bazársor megtekintése. A bazársor azért alakult ki, hogy eladják a termékeket. Szinte minden házban van műhely, gyalupad a kézművesi termék előállításához.

Körös Vendégház (Interjúalany a tulajdonos: Péntek Balázs)

A vállalkozást 2004-ben kényszervállalkozásként alapították. Családi vállalkozás, mely egyéni vállalkozás formájában működik. Korábban öt alkalmazottal együtt népművészeti termékek előállításával foglalkoztak: varrottással, fajtékok készítésével. Ma már a keresletben bekövetkezett igény változása miatt csak az anyósa foglalkozik népművészettel. Az általuk készített értékes

termékek helyét átvették a bejött kínai bővlik, a műanyag játékok, a hűtő mágnesek, és az egyéb értéktelen tárgyak, amelyek most a legkeresettebbek.

2006-ban tudtak először vendégeket fogadni, a garázshelyiségből kialakított kávézóban. Miután úgy látták, hogy az igény szélesebb körű, ezért 2009-től vendéglőként, étteremként üzemeltették. A profiljuk vendéglátás. Étkeztetést, parkolóhelységet, kempingező lehetőséget biztosítanak, és kedvelt pihenő helyül szolgálnak a turistáknak, Székelyföld és Pest között félúton. A vendégek számára szabadtéri főzési lehetőség is rendelkezésre áll: grillezés (a faszén ingyenes), bográcsolás, tárcsán sütés-főzés, szalonnasütés, melyekhez a tűzifa ingyenes.

Jelenleg a vendéglő 100 fő egyidejű befogadására biztosít ülő férőhelyet. Négy éven keresztül nyitva voltak egész éven át, de anyagilag ez nem érte meg, ezért 2014-től a téli időszakban zárva vannak, ekkor csak hétvégenként nyitnak ki. Októbertől április közepéig az időjárástól függően tartanak nyitva. A forgalom alakulása a 2009-es és 2010-es évben gyengébb volt. Jelenleg a vállalkozás sikereihez tartozik, hogy a nyáron összegyűjtött bevétel lehetővé teszi, a téli bezárást. Számos kiadás felmerül: a nyerseségadó 16%, az ÁFA: 19%, víz: 9%, dohány- és alkoholtermék 19%, stb. A munkások utáni járuléka (adó, nyugdíjalap, munkanélküli segély, stb.) 720 lej/ hó/ fő 2016-ban.

A vendégházban a nyolc szoba 19 férőhelyet biztosít és mindegyik szobához külön fürdőszoba tartozik. Gyerekek számára 6 éves korig ingyenes és 10 éves korig 50%-os kedvezményt nyújtanak. Fűtési szezonban +25% felárat számolnak. A jövőbeli terv a vállalkozás fenntartása, hogy működjön és további fejlesztése. 2015-ben pénzt nyertek pályázaton a panzió további bővítésére, valamint a vendéglő konyhájának kiépítésére. A konkurenciát a többi vendégház jelenti. A tulajdonos azonban büszke arra, hogy ők



számlaképesek. Minden engedélyük megvan: állategészségügyi engedély, egészségügyi engedély, tűzoltósági engedély, turizmusi engedély (hárommargarétás a panzió), működési engedély, tanácstól engedély, a Kereskedelmi és Ipari Kamarától engedély és a környezet védelemtől is.

A többnapos itt tartózkodásra javasolt programok: a körösfői templom, a Vasrekettyei vízesés, a Bélesi gyűjtőtó, Jósika falva (Belis Román), ami el lett árasztva a gyűjtőtóból, s Bánffyhunad és a környező települések vízellátására szolgál.

Kovács Vendégház (Interjúalanya a tulajdonos felesége Kovács Andrea)

Egyéni vállalkozás formájában 10 éve foglalkoznak a vendégház üzemeltetésével. A családi vállalkozásban négyen dolgoznak: a házaspár és két fiúgyermekük. Kovács Andrea főfoglalkozásként látja el a vendégfogadás feladatát a szezonban, télen pedig a műhelyben segít férjének a sakktablák készítésében. Az emeletes ház alsó szintjén laknak a vendéglátók. Az emeleti szinten a vendégek fogadására 18 férőhely áll rendelkezésre, külön bejárattal.

Júniustól egész októberig 80% -os foglaltsággal üzemelnek. Október első hétvégéjén: csütörtökön, pénteken, szombaton és vasárnap van a Feketető vásár, amikor telt ház van. Októbertől ápriliséig nincsenek nyitva, ugyan vannak bekéredzkedők, de nem fogadják őket, mivel a fűtés sokba kerül. Májusban is kevés vendégük van. A forgalom évről – évre gyengül. A vendégek főleg a magyarországiak alkotják és a lengyelek. A bulgár tengerpartra, a román tengerpartra, székelyföldre igyekvők itt szállnak meg. A vendégek átlagos tartózkodási ideje három nap, aztán továbbmennek, ahol több látványosságot találnak. A vállalkozás előnye, hogy anyagilag hozz egy kis bevételt és sok ismerőse tesznek szert. A vendégek kívánságára előrejelzés esetén 6 fő felett biztosítanak reggelit és vacsorát.

Vannak, visszatérő vendégeik, akik csak hozzájuk jönnek. Vendégeiknek a sakktabla készítés folyamatát is megmutatják.

A jövőbeli tervek között szerepel a felújítás, és a vállalkozás bővítése, amely során további 5-6 szobát szeretnének kialakítani, annak érdekében, hogy 15 férőhellyel több legyen. Vállalkozásuk gyenge pontja, hogy több szobához tartozik egy fürdőszoba, ezért a tervek között szerepel, hogy minden szobához külön fürdőszobát is kialakítsanak. A vállalkozás reklámozása, hirdetése interneten keresztül az erdelyiutazas.hu oldalon történik.

Többnapos tartózkodás esetére javasolt programok az 50-60 km-es körzetben levő látnivalók: a Béles – tó, a Fátyol-vízesés, a „fehér sziklák”, a Tordai sóbánya, Körösfőn a vásár, a templom, a Vigyázó hegy (1800 m magas) és Kolozsvár város.

Delia Vendégház (Péntek Eszter, Péntek Ferenc)

A falun túl, kb. 1 km-re található. Régebben körösfői volt a tulajdonos, Kurucz Andrásnak (Bandinak) hívták, róla nevezték el Kurucz Csárdának. Jelenleg kb. 10 éve román tulajdonosa van, s így róluk lett elnevezve Delia Vendégháznak.

„A nevük elhallgatását kérő” Vendégház

Utolsó interjúalanyaimnak nincsen hivatalos engedélyük vendégek fogadására, ezért a nevük elhallgatását kérik. A vendégház működtetéséhez szigorú követelmények vannak előírva. Minden kiadandó szobához fürdőszobát is biztosítani kell, ennek a feltételnek azonban nem felelnek meg. Anyagilag nincs rá lehetőségük, hogy átalakítsák a vendégházat. A vendégház tulajdonképpen az az épület, amelyben a szállásértékesítők is eredetileg laknak. Amikor vendégek érkeznek, akkor át szokták adni az egész házat és ők erre az időre kiköltöznek. Nyolc felnőtt és két gyereket tudnak egyszerre fogadni. Igény szerint reggelit, ebédet és vacsorát is biztosítanak.



nak a szállásnyújtás mellett. Kiemelt esemény a falunap és a táborok, azonban ezek nincsenek összefüggésben a szállás kiadás lehetőségével. Az eseményeket látogatók ugyanis a környező falukból érkeznek, és este hazamennek. Siker számukra, hogy ismeretségeket szereznek, barátokat, visszajáró vendégeket, jó kapcsolatokat építenek ki. Hiányolják, hogy nincs olyan személy, aki a szállás nyújtások lehetőségét összefogná és hirdetné. A közeli településen, Szentkirályon, ezzel Kecskés István foglalkozik, ahol nagyon jól működik a vendégházak kiadása, reklámozása.

A Nyárszóra látogatók számára programként javasolják: a mennyasszony fátyla víz-esés, a Tordai sóbánya, a Tordai hasadék és Kolozsvár megtekintését. A faluban lehet nyáron lovas szekerezni, faluvégbe kirándulni, megtekinteni a templomokat és a kirakodó vásárt; télen pedig nagy élmény a lovas szánózás.

Összegzés

Kalotaszeg magyarjait a terméketlen föld és a nehéz gazdasági körülmények rákényszerítették a házi iparra. A táj népművészete nagyon gazdag építkezés, faragás, szövés, hímzés terén.

A kutatás rámutat, hogy Körösfő közösség családi vállalkozásainak aránya 25%. A többségében magyar lakta területeken: Körösfőn, Nyárszón és Sárvasáron ez az arány összesen 89%, míg a románok által lakott Katonanádason csak 10% a családi vállalkozások száma. A vállalkozások összetételét vizsgálva a magyar lakta területeken a szolgáltatásokat érintő vállalkozások 47%-ot, az ipari vállalkozások 43%-ot, míg a mezőgazdasági vállalkozások 10%-ot tesznek ki. A román területen a három szektorban a vállalkozások aránya egyenletes. A kézműves termékek előállítása a magyar területen átlag 45%, vagyis majdnem minden második háztartás foglalkozik kézműves termékek

készítésével. Kiemelt értéket mutat Körösfő, ahol ez az érték 57%, majd csökkenő sorrendben követi Sárvasár 35%-kal, s végül Nyárszó 22%-kal. A román területen a kézműves termékek készítése a megkérdezettek körében mindössze 5%. A magyar területen a kézműves terméket előállítók körében a legnépszerűbb a terítő (36%), a sakk (32%) és a titkos doboz (19%) készítése, ezen túl foglalkoznak még kézi munka, játék és kerámia tárgyak előállításával. A román területen ketten terítőt és egy személy szőnyeg készít, ez utóbbi a magyar területhez képest újdonságnak számít. A magyar területeken az előállított termékek értékesítésének megoszlása a faluban 36%, a falun kívül és kereskedő által történő értékesítés azonos arányú 29-29 %, s egyéb módon a termékek 6%-a cserél gazdát.

A helyi közbiztonsággal nagyon elégedettek és elégedettek aránya a magyar területeken átlagosan 82%, míg a román területek lakói nagyobb biztonságban érzik magukat, ott ez az érték 89%-os. A helyi szolgáltatásokkal nagyon elégedettek és elégedettek aránya a magyar területeken átlagosan 60 %. Legelégedetlenebbeknek a Sárváriak mutatkoztak 41%-kal, míg a legelégedettebbek a Nyárszóiak 75%-kal. A román területen itt is magasabb az elégedettségi fok, mint az átlag magyar területen, 68%. A helyi szórakozási lehetőségek vonatkozásában is a román területen élők jóval elégedettebben ítélték meg a helyzetüket. A nagyon elégedettek és elégedettek aránya 66%, míg a magyar területen az átlagérték ennek a fele, 33%. A bemutatott számértékek érzékeltetik, hogy a lakosság jobb közérzete és a turizmus fellendítése érdekében a szórakozási lehetőségek és szolgáltatások területén megfontolandó a fejlesztések, beruházások indítása.

Erdély természeti adottságai, építészeti és néprajzi értékei alapján nagyobb turistaforgalmat érdemelne. Ehhez szükséges a turisztikai infrastruktúra kiépítése, az ellátási lehetőségek javítása. A belföldi turizmus további



kibontakozását nagyban segítené az olcsóbb szálláshelyek kialakítása, programválasztás javítása és bővítése, új turisztikai programok szervezése. Erdély népe mindig különös értéként őrizte identitását, hogy azt a jövő generációk számára is tovább tudja örökíteni. Népművészetének utóvirágzását elősegítette és fenntartotta a kialakult turizmus igénye. Napjainkban azonban veszélyt jelent a turisták részéről bekövetkezett igény változás. Pár évvel ezelőtt elképzelhetetlenek voltak a bazársorban a kínai bővlik, a műanyag játékok, a hűtő mágnesek, és az egyéb értéktelen tárgyak, amelyek a kereskedők elmondása szerint most a legkeresettebbek termékeknek minősülnek. Fontos, hogy a helyi népművészeti értékek ismét visszakapják méltó helyüket, amelyhez tudatos együttműködésre van a szükség a települések, az előállítók és az értékesítők között.

Felhasznált irodalom

Elekes Tibor (2006): Erdély. Cartographia, Budapest

Hajdú- Moharos József (2002): Az Erdélyi-medence. In: Dr. Karátson Dávid (főszerkesztő) Magyarország földje - Kitekintéssel a Kárpát-medence egészére, Magyar könyvklub, Budapest

Kicsi Sándor (1998): Erdélyi utakon, Kossuth Nyomda, Budapest

Péntek László (2010): Körösfő és Vasvári Pál, Isaszegi Hírek- Közéleti havilap: 2010. augusztus, XXII. évfolyam 8. szám

Pocol C. B., Šedík P., Mihai M. (2018): Kalotanádas in.: Farkas T., Koltai D.: Körösfői tanulmányok, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő

Vlad Țoca (2011): Izvoru Crișului gateway to Transylvania, Trimpress, [Körösfő]

Vofkori László (2000): Erdély in.: Bihari Zoltán (főszerkesztő): Magyarok a világban Kárpát-medence, CEBA Kiadó, Budapest

Interjúalanyok

Kovács Andrea, 2017, Kovács Vendégház tulajdonosának felesége

Péntek Balázs, 2017, Körös Vendégház tulajdonosa

Péntek Eszter, 2017, Eszter Vendégház tulajdonosa

Péntek Ferenc, 2017, Eszter Vendégház tulajdonosa

Vincze Minya István, 2017, református esepese





A turizmus szerepe az alföldi járások fejlettségében

Gulyás Péter

A turizmus mára a világ egyik vezető és legdinamikusabban fejlődő ágazatává vált. Multiszektorális kapcsolódásai révén a földrajzi környezet valamennyi elemével kölcsönkapcsolatban áll. Tömeges elterjedése a geográfusokon kívül számos más tudományág (közgazdaságtan, szociológia, történelem, jog, pszichológia, stb.) művelőinek érdeklődését is felkeltette. Noha jellegénél fogva inkább városias jelenség, az utóbbi évtizedekben egyre nagyobb jelentőségre tett szert az átalakuló vidéki térségekben is. Napjainkra a posztmodern fejlődési szakaszba jutott vidéki területeken már nem csak az élelmiszer-alapanyag termelés jellemző, hanem sokkal inkább az új vidéki funkciók aránynövekedése, a lakó-, a tájmegőrző és a turisztikai funkciók megerősödése. Számos fejlett országban a „vidékgazdaság” meghatározó ágazatává és a vidékfejlesztés egyik kulcs tényezőjévé vált a helyi, belső erőforrások fenntartható hasznosítására épülő turizmus.

Hazánkban a vidéki területeken megvalósuló turizmus elnevezésére a „falusi turizmus” kifejezés terjedt el, ami a német „Urlaub am Bauernhof” fordításának felel meg, de számos kutató a bővebb „vidéki turizmus” terminológia alkalmazását javasolja (Dávid 2007, Fehér - Kóródi 2009, Kovács 2015). Szükséges lenne azonban a fogalom további tágabb, új

szempontok szerinti értelmezése, a nyugat-európai meghatározások széles körű adaptálása. Korábbi kutatásaim egyik eredménye az volt, hogy az Alföld turizmusa tekintetében a nemzetközi (elsősorban Bernard Lane és az OECD meghatározását) és hazai elméleti megközelítéseket felhasználva felvázoltam egy sajátos vidékföldrajzi irányultságú, a térség turizmusának jellegzetességeit jobban magába integráló „vidékturizmus” koncepciót (Gulyás 2016). Ezen megközelítés szerint – Bernard Lane gondolatmenete nyomán – a vidéki térben is megtalálhatók vidékies, átmeneti és városias turisztikai termékek, és ezek együttes, különböző arányú jelenlétéből áll össze a vidéki térségek turisztikai kínálata (Lane 1994). A „vidékturizmus” koncepció tehát sokkal bővebb és tágabb megközelítése a vidéki területek turizmusának, mint a hazánkban elfogadott és gyakrabban használt falusi és vidéki turizmus fogalom. Úgy vélem ezen újszerű, a térbeliséget előtérbe helyező megközelítés révén jobban, pontosabban és tágabb horizonton feltárható lenne a vidéki területek turizmusának belső lényegi tartalma.

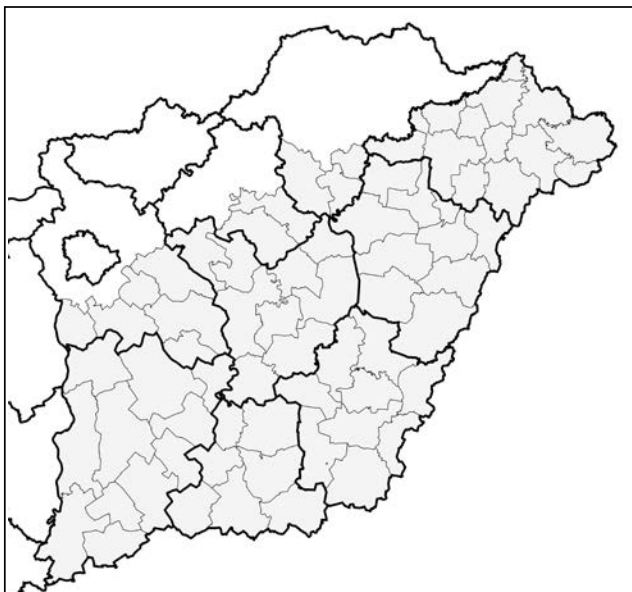
Hazánkban és ezen belül az Alföldön is jelentős fejlődést mutatott az elmúlt évtizedekben az ágazat, dinamikusabbá tételéhez azonban elengedhetetlen lenne a vidéki térségek tudatosabb, tudományos megalapozott-

sággal bír, a helyi szereplők (lakosság, turisztikai szolgáltatók, civil szféra, önkormányzatok) bevonására építő fejlesztése, annál is inkább, mivel a becslések szerint e térségek jelentős tartalékokkal, turisztikai potenciállal bírnak. Megjegyzendő emellett az is, hogy a rendszerváltás után szinte nem volt olyan települési és térségi fejlesztési dokumentum, amely ne jelölje volna meg komoly fejlesztési lehetőségként vagy kitörési pontként a turizmust. Ez a remény legtöbbször esetben (sajnos) nem vált valóra. Hasznos lenne tehát némi támpontot kapni arra vonatkozóan, hogy mely tényezők mentén differenciálódik leginkább az alföldi járásközpontú és milyen szerepet tölt be ezek között a turizmus? Ennek megválaszolására teszek kísérletet az alábbiakban.

A vizsgált terület lehatárolása

Elemzéseimet a hat alföldi megyére (Bács-Kiskun, Békés, Csongrád, Jász-Nagykun-Szolnok, Hajdú-Bihar és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye), és további 11 alföldi térségre (Pest megyéből: ceglédi, dabasi, monori, nagykáta, nagykovácsi, ráckevei járás; Heves megyéből: füzesabonyi és hevesi járás; Borsod-Abaúj-Zemplén megyéből: mezőcsáti, mezőkövesdi és tiszaujvárosi járás), azaz összesen 70 járásra vonatkozóan végeztem el.

A vidékturizmus koncepció kapcsán végzett kutatásaim mintaterülete, az Alföld kifejezetten vidékies térség, ezt igazolta valamennyi térségtípusizálási kísérlet az elmúlt évtizedekben, köztük a hazai rurális terek legújabb kutatása, melyet az MTA KRTK Alföldi Tudományos Osztálya végzett 2012-13-ban a Nemzeti Agrárszaktanácsadási, Képzési



1. ábra

A vizsgált terület lehatárolása

Forrás: saját szerkesztés

és Vidékfejlesztési Intézet megbízásából. Megállapításaik szerint az ország területének túlnyomó többsége, több mint 79%-a, összesen 136 járás (bennük 2513 település) minősült vidéki térségnek, ahol a lakosság közel 45%-a élt 2011-ben. Az Alföld általam vizsgált 70 járása közül mindössze 9 (zömmel a megyeszékhelyek járása) került a városias kategóriába, s ezen térségek között számos olyan is van, amelyben erőteljes valamely vidékies jelleget meghatározó tényező (pl. tanyai népesség átlag feletti aránya). Az alföldi vidéki járásközpontú típusait tekintve többségük az „Agrárfüggő leszakadó-stagnáló térség” vagy az „Agrárfüggő leszakadó-stagnáló térség jelentős környezeti értékkel” típusba tartozik.

Módszerek

A bonyolult, több változó által meghatározható társadalmi-gazdasági folyamatok elemzésére széles körben alkalmazott módszer, a



faktor-és klaszteranalízis. Összetettségénél fogva kiválóan alkalmas arra, hogy nagy információmennyiséget jóval kevesebb változóval helyettesítsen, s így könnyebben értelmezhesük a társadalmi-gazdasági folyamatokat, illetve tárhassuk fel a közöttük lévő olykor rejtett kapcsolatrendszereket.

Kutató-elemző munkám során az Alföld 70 járására vonatkozóan végeztem vizsgálatot ezen módszerrel. Céлом az volt, hogy feltárjam, mely tényezők vagy tényezőcsoportok differenciálják és milyen erősséggel az alföldi járások fejlettségét. Gyakorol-e kimutatható fejlesztő hatást a turizmus az Alföldön?

Munkám során a Központi Statisztikai Hivatal 2014. évi TSTAR járási szintű adatait használtam fel. Elsősorban a járások fejlettségét meghatározó humán és gazdasági mutatókat vontam be elemzésembe, illetve hangsúlyosan voltak jelen közöttük a témám szempontjából megkülönböztetett szereppel bíró turisztikai adatok is. (Megjegyzem, hogy hivatalos magyar statisztikai adatbázis sok tekintetben módszertanát tekintve és tartalmilag is kifogásolható, sőt helyenként pontatlan is. Mivel azonban más adatok nem álltak rendelkezésemre, így a meglévő adatbázisokból dolgoztam.)

A faktor- és klaszteranalízishez használt statisztikai mutatók:

- Népsűrűség
- A 120 fő/km² alatti népsűrűségű településeken lakók aránya
- A belföldi vándorlási különbözet 2010–2014. évi átlaga ezer lakosra
- A nyilvántartott álláskeresők aránya a munkavállalási korú állandó népességből
- 1 adófizetőre jutó SZJA alap
- Az ezer lakosra jutó adózók száma
- Épített lakások 10000 lakosra
- 2010–2014 között épült lakások a 2014. évi lakásállomány százalékában
- Vezetékes gázt fogyasztó háztartások a lakásállomány százalékában

- Közüemi szennyvízgyűjtő-hálózatba bekapcsolt lakások aránya
- Muzeális intézmények látogatói ezer lakosra
- Felsőfokú alap- és mesterképzésben részt vevő hallgató ezer lakosra
- Regisztrált vállalkozások száma a szolgáltatási szektorban
- Működő vállalkozások száma 1000 lakosra
- Regisztrált társas vállalkozások száma
- Vendéglátóhelyek száma
- Internet előfizetések 1000 lakosra
- A lakosságtól szelektív hulladékgyűjtésben elszállított települési hulladék aránya, százalék
- Egyéb (magán) szállásadásban 1 szállásadóra jutó vendégéjszaka
- Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakái
- Egy kereskedelmi szállásférőhelyre jutó vendégéjszaka
- Vendéglátók száma falusi szállásadásban
- Falusi szállásférőhelyek száma
- Falusi szálláshelyek vendégéjszaka
- Vendégéjszakák száma falusi szálláshelyeken

Eredmények

A faktor- és klaszteranalízis folyamatának és eredményeinek részletesebb bemutatása előtt érdemes megvizsgálni, és értelmezni a témám szempontjából legfontosabb adatok korrelációs kapcsolatait.

A kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakái erős pozitív korrelációt mutatnak a népsűrűséggel, valamint a gazdaság erejét jelző mutatókkal (pl. 1 adófizetőre jutó SZJA, 1000 lakosra jutó adózók száma), továbbá az infrastrukturális mutatókkal. Ugyan nem túl erős, de szignifikáns negatív korreláció adódott viszont a vidékiségre utaló népsűrűségi mutatóval (120 fő/km² népsűrűség alatti



lakosság aránya) és a munkanélküliséggel. Összességében tehát a sűrűbben lakott, gazdaságilag erősebb, infrastruktúrával jól ellátott térségekben, azaz a városias járásokban jellemzőek a kereskedelmi szálláshelyek és az ott eltöltött vendégéjszakák.

Az egyéb szálláshelyek vendégéjszakái a kereskedelmiekkel azonos irányú, de rendre gyengébb összefüggéseket mutatnak mind a népsűrűségi, mind a gazdasági és infrastrukturális mutatókkal. Következésképpen a kisebb népsűrűségű, infrastrukturálisan kevésbé jól ellátott térségekben is előfordulnak.

A falusi szállásadás adatai (szállásférőhelyek száma, illetve vendégéjszakák száma) nyilvánvalóan a vidéki térségekhez kötődnek, viszont nem erős ez a korreláció. Ez is igazolja tehát az általam korábban említett tapasztalati tény, hogy az Alföldön nem kizárólag vidéki térségekben van jelen a falusi vendégfogadás, hanem a volt mezővárosok járaiban is. Alátámasztja továbbá ezt az is, hogy a kereskedelmi szálláshelyek adataival enyhe pozitív az összefüggés. Az egyéb szálláshelyekkel viszont talán elsőre érthetetlen módon negatív korrelációs kapcsolat áll fenn. Az adatok tartalma mögé tekintve viszont oldódik az ellentmondás. A falusi szálláshelyek is az egyéb szálláshelyek közé tartoznak a korábban fizetővendéglátásnak nevezett vendégfogadókkal, de a 2014-es adatok alapján az előbbieket a csoport alig több mint 10%-át képviselik az Alföldön, így a negatív kapcsolat a kategórián belüli nagy súlyt képviselő, korábban „fizetővendéglátó” kategóriába tartozó egyéb szálláshelyekkel áll fenn.

Az alföldi járásokra végzett faktor- és klaszteranalízis eredményei

A fentiekben felsorolt mutatók járási szintű, 2014. évi adatainak feldolgozása, valamint a faktor- és klaszteranalízis végrehajtása SPSS 22.0 szoftverrel történt. Az elemzés első lépéseként szükséges volt annak vizsgálata,

hogy az adatok egyáltalán alkalmasak-e a faktoranalízis elvégzésére. Ennek kontrollálására a program által képzett korrelációs mátrix nyújtott segítséget, melynek elemzése alapján egyértelművé vált, hogy a fenti mutatók alapján elvégezhető a faktoranalízis. A kezdeti 26 mutatóból 21 maradt, mivel a többi (pl. regisztrált társas vállalkozások száma, vendéglátóhelyek száma, falusi vendéglátók száma, falusi szálláshelyek vendégszáma) magas korreláltsága miatt kiesett, viszont nem kellett kiszűrni egyetlen adattípust sem a korrelálatlansága miatt.

Az elemzés következő lépése az ún. kommunalitás vizsgálat volt. Ezek megmutatják, hogy egy változó varianciájának az összes faktor mekkora részét magyarázza. A faktorok számának meghatározása során az ún. Kaiser szabályt figyelembe véve az 1 és afölötti saját értékű faktorokat tekintettem relevánsnak. Ezen kritériumnak 6 faktor felelt meg, melyek összesen az összes variancia több mint 77%-át magyarázzák meg. Ez bőven meghaladja a társadalomtudományokban még elfogadott 60%-os minimális értéket.

Ezt követően rotálást hajtottam végre. Végeredményként az alábbi faktorokat kaptam, melyek értelmezése a rotált faktorsúly mátrix alapján lehetséges.

1. faktor (F1): „Városiasság” faktor: Magas népsűrűség, magas az 1 lakosra jutó SZJA alap, a szolgáltatási szektorban foglalkoztatottak aránya, magas a felsőfokú képzésben résztvevők aránya. A teljes variancia több mint 24%-át magyarázza meg.

2. faktor (F2): „Infrastrukturális” faktor: Magas a közüzemi szennyvízhálózatba bekapcsolt, a szelektív hulladékgyűjtésben résztvevő és a vezetékes gázt fogyasztó lakások aránya. A teljes variancia 13%-át magyarázza.

3. faktor (F3): „Vándorlási-gazdasági-prosperitási” faktor: Erőteljes belföldi vándorlási többlet jellemző, az álláskereső száma jellemzően alacsony, a működő vállalkozások száma magas. A teljes variancia 12,8%-át adja.



Az F4 és F5 (turizmus) faktorok értékei (TOP 30 járás)

	F4 faktor		F5 faktor	
	Járás	Faktorérték	Járás	Faktorérték
1.	Hajdúszoboszlói	4,05	Fehérgyarmati	4,23
2.	Mórahalmi	3,24	Füzesabonyi	4,16
3.	Monori	3,15	Mezőkövesdi	2,41
4.	Gyulai	2,57	Ráckevei	2,20
5.	Ráckevei	1,13	Dabasi	1,47
6.	Kisteleki	1,10	Hajdúszoboszlói	1,44
7.	Kunszentmártoni	1,07	Vásárosnaményi	1,32
8.	Kecskeméti	0,96	Jászapáti	1,11
9.	Dabasi	0,94	Kecskeméti	0,87
10.	Derecskei	0,77	Balmazújvárosi	0,82
11.	Kiskunmajsai	0,76	Mórahalmi	0,79
12.	Ceglédi	0,73	Bajai	0,40
13.	Debreceni	0,62	Szegedi	0,26
14.	Nyíradonyi	0,55	Hódmezővásárhelyi	0,23
15.	Jászberényi	0,49	Hevesi	0,20
16.	Püspökladányi	0,34	Csongrádi	0,13
17.	Hajdúböszörményi	0,29	Derecskei	0,13
18.	Nyírbátori	0,28	Makói	0,12
19.	Berettyóújfalui	0,26	Püspökladányi	0,08
20.	Mezőtúri	0,20	Kalocsai	0,06
21.	Szolnoki	0,14	Kiskőrösi	0,05
22.	Mátészalkai	0,14	Tiszaújvárosi	0,04
23.	Orosházi	0,13	Orosházi	-0,03
24.	Nyíregyházai	0,08	Kiskunmajsai	-0,06
25.	Nagykőrösi	0,04	Mátészalkai	-0,08
26.	Hajdúhadházi	-0,03	Ibrányi	-0,08
27.	Baktalórántházai	-0,04	Nagykátai	-0,09
28.	Szeghalmi	-0,05	Mezőcsáti	-0,09
29.	Mezőkövesdi	-0,06	Szentesi	-0,10
30.	Kiskunfélegyházi	-0,10	Ceglédi	-0,17

Forrás: saját számítás

4. faktor (F4): „Városias-köztes” turizmus” faktor: Magas a kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakáinak száma, az 1 kereskedelmi szálláshelyre jutó vendégéjszakák száma, vala-

mint működő vállalkozások száma és az épített lakások száma is. Magyarózó ereje 12,4%.

5. faktor (F5): „Falusi turizmus” faktor: Magas súlyt képvisel a falusi szállásférőhe-

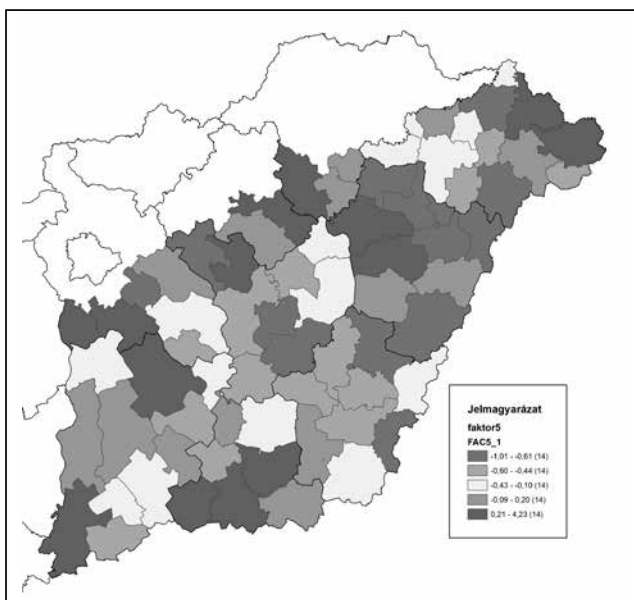
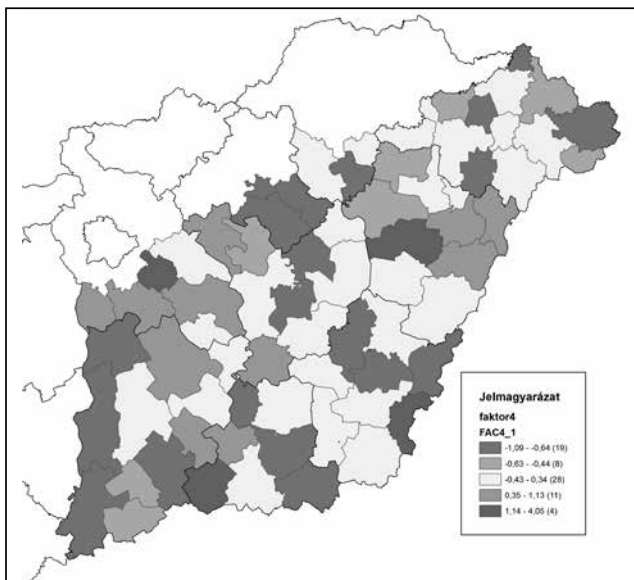
lyek száma, és a vendégéjszakák száma. A teljes variancia 9%-át magyarázza.

6. faktor (F6): „Kisvárosias” faktor vegyes karakterisztikával, melyben jelen van az átlagos gazdasági fejlettség, a stabilitás és infrastruktúrális ellátottság, a magánszállásadói tevékenység is. Magyarázó ereje: 6,2%.

A faktor értékeket járásonként csökkenő sorrendbe állítva meglehetősen vegyes képet kapunk. Előfordulhat, hogy egy-egy járás magas vagy éppen alacsony értékei általában egy-egy mutató kiemelkedő értékének köszönhető.

A két turisztikai dominanciájú faktor járásonkénti értékei rámutatnak egy korábban már jelzett összefüggésre, a vidékturizmus koncepció egyik alapvetésére, mely szerint a vidéki térségekben egyaránt előfordulnak vidékies, átmeneti és városias turisztikai termékek. Konkrétan esetünkben a legmagasabb pontértékekkel rendelkező 12 járás között 5 olyan található (hajdúszoboszlói, mórhalmi, ráckevei, kecskeméti, dabasi), amely mindkét faktorban magas pontszámot kapott. Ezen járásokban tehát a turizmus meglehetősen komplex, több lábón álló, változatos kínálatot felvonultató rendszert alkot.

A fentiekben ismertetett mutatórendszer felhasználásával elvégzett vizsgálat eredményei szerint tehát az Alföld járásai elsősorban a városiaság, az infrastruktúrális ellátottság és a gazdasági prosperitás szerint differenciálódnak. Csak ezen tényezőcsoportokat követően, a 4. és 5. faktorban jelenik meg a turizmus inten-



2. árba

Az F4 és F5 faktorok pontértékei az alföldi járásokban

Forrás: saját szerkesztés

zívőbb (átmeneti-városias) és kisebb léptékben (vidékies) formája, mint térformáló, differenciáló és fejlettséget meghatározó tényező. E



két faktor jelenleg a fentiekben jelzett három faktorhoz képest ugyan szerényebb mértékben (a teljes varianciát tekintve 21%-ban) határozza meg az alföldi járások állapotát. De ez az arány arra mindenképpen felhívja a figyelmet, hogy az ágazat rendelkezik – ha nem is domináns, de azért érzékelhető - térformáló erővel, mely hatások a köz- és magánszféra közelmúltban megvalósított turisztikai fejlesztéseit figyelembe véve akár rövid távon is növekedhetnek.

A klaszteranalízis során hasonló jelenségek csoportosítása végezhető el. Alapvető célja, hogy a faktoranalízis során létrejött változók mentén homogén csoportokat alakítsunk ki.

Az SPSS program először 8 klasztert képzett, de ez esetben még túl sok csoportra bomlottak az alföldi járások az előzetes információk alapján általam optimálisnak vélthet képest. Emiatt hierarchikus klaszterképzéssel összevonást végeztem, melyek eredményeként 6 klaszter jött létre. Ez tűnt a legoptimálisabbnak ahhoz, hogy az alföldi járásokról kellően differenciált összképet tudjak feltárni.

A vizsgálat eredményeként a következő klasztereket kaptam:

Az 1. klasztert a felhasznált mutatórendszer alapján alacsony általános fejlettségű, többségében periférikus fekvésű, néhány kivételtől eltekintve (karcagi és kunszentmártoni járás) alacsony vendégforgalommal bíró, kevésbé fejlett vagy más megfogalmazásban „leszakadó” járások képezik.

A 2. klaszterbe azok a járások (féhérgyarmati, vásárosnaményi, balmazújvárosi, mezőkövesdi, dabasi, ráckevei) kerültek, ahol relatíve erőteljes a falusi turizmus.

A 3. klaszterbe zömmel a fürdővárosok (Hajdúszoboszló, Mórahalom) járásai tartoznak.

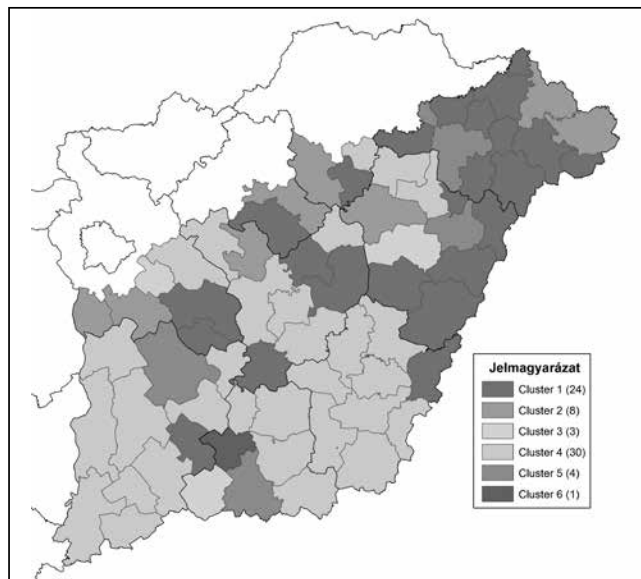
(A monori járás is ebbe a csoportba került, s a klaszterek számának változtatása esetén is rendre azonos osztályba esett a klasszikus fürdővárosokkal. Helyzetének tisztázása további vizsgálatokat igényel.)

A legnagyobb elemszámú a 4. klaszter lett, az átlagos fejlettségű, tipikus alföldi járások osztálya. (A várakozásokkal ellentétben a turisztikailag egyik legfrekvenciáltabb alföldi járás, a gyulai is ebbe a kategóriába került.)

Az 5. klaszterbe az Alföld nagyvárosok (Kecskemét, Szeged, Debrecen, Nyíregyháza) járásai tartoznak.

A 6. klaszterbe pedig kiemelkedő múzeum/kiállítóhely látogatottsági adatainak köszönhetően a kisteleki járás jelenik meg. (A klaszterek számától függetlenül az Ópusztaszeri Nemzeti Történelmi Emlékparkot magába foglaló járás valamennyi esetben külön osztály képezett.)

Az eredményt térképen ábrázolva jól kirajzolódik az imént bemutatott térségtípusok térbeli mintázata. Beazonosíthatók a perifériális,



3. ábra

A klaszteranalízis eredménye

Forrás: saját szerkesztés



jórészt határ menti térségek; a vidéki turizmus által dominált területek; a turizmus bástyáinak számító alföldi fürdővárosok és nagyvárosok; továbbá az átlagos képet mutató alföldi járások.

Érdekes adalékul szolgál az alföldi járások turizmusáról kialakítható összképhez a faktorértékek alapján kirajzolódó járási sorrend és a klaszteranalízis eredményének együttes értelmező áttekintése. Az F4 és F5 faktorban is magas pontszámot elért járások közül a hajdúszoboszlói és mórachalmi olyan erős fürdővárosi karakterű, hogy önálló klaszter képez. A ráckevei és dabasi járás a falusi turizmussal által jellemezhető klaszterbe került. A kecskeméti pedig nagyvárosi osztályban található, ahol a minden bizonnyal a legkifejezettebb kínálattal rendelkezik, amit a faktorpontok magas értékei is jeleznek.

Összegzés

A kutatás során nyilvánvalóvá vált és némi korlátot is jelentett, hogy az infrastrukturális adatok hosszabb idősort tekintve is meglehetősen állandó értékeket mutatnak és a viszonylag kicsi (vagy olykor szinte nem létező) a különbség a városias és vidékies térségek között.

A KSH által végzett adatgyűjtés a turizmusra vonatkozóan nem eléggé szofisztikált, emiatt a fejlettséget meghatározó tényezők között az infrastruktúrára vonatkozó adatok némi kényszerűségből talán túldimenzionáltak is a fentiekben bemutatott vizsgálatban.

Az alföldi tér oly erőteljesen vidékies vonásokat mutat, hogy a térség turizmusát is érdemes lenne újra értelmezni a Nyugat-Európában már több mint 20 évvel ezelőtt felvázolt és egyre elfogadottabbá vált, általam „vidékturizmus koncepciónak” nevezett tézisek mentén.

Az elemi adatok közötti rejtett összefüggések feltárására kiválóan alkalmas faktor- és klaszteranalízis módszerével is igazolható az a tény, hogy az alföldi járások turisztikai

kínálata és termékei nem tisztán vidékies jellegűek, sőt némileg erősebb a városias jellegű vagy ahhoz közel álló termékek jelenléte a szolgáltatási palettán.

A turizmus – kevés kivétellel - nem tartozott a vizsgálat időpontjában a fejlettséget legerősebben meghatározó tényezők közé. Egyes térségekben és bizonyos turisztikai termékek esetén jól látható azonban az ágazat fejlesztő hatása. Egyértelműen ilyen az egészségturizmus (gyógy-és wellness), valamint a helyi értékekre, erőforrásokra, s kifejezetten a gasztronómiára épülő kis léptékű turisztikai termékek (hazánkban elterjedt elnevezéssel „falusi turizmus”).

Az utóbbi években és jelenleg is zajló fejlesztések, valamint a gazdaság kifehérítésére tett állami törekvések némi pozitív elmozdulást hozhatnak a turisztikai ágazat szerepének növekedése és fejlesztő hatásának erősödése terén, érdemes tehát további elemzéseket végezni akár a fentiekben bemutatott módszerrel és mutatók mentén az esetleges változások nyomán követése végett.

Felhasznált irodalom

Dávid L. (2007): A turizmus földrajzi alapjai. In: Dávid L., Jancsik A., Rátz T. (2007): *Turisztikai erőforrások. A természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása* Budapesti Gazdasági Főiskola. 7-61.

Fehér I., Kóródi M. (2009): *A vidéki turizmus fejlesztése.* Szaktudás Kiadóház, Budapest. p. 196.

Gulyás P. (2016): *Az Alföld vidékturizmusának földrajzi jellemzői.* PhD értekezés Szegedi Tudományegyetem Szeged, 2016.

Kovács D. (2015): *Falusi turizmus Magyarországon – kérdések és dilemmák.* Területi statisztika 2015/6. 592-613.

Lane, B. (1994): *What is rural tourism?* Journal of Sustainable Tourism. 1994/1-2. Special Issue: Rural Tourism and Sustainable Rural Development. 7-21.



Intelligens fejlődés vidéki térségekben: eddigi eredmények és jövőbeli lehetőségek

Szalai Ádám

Magyarországon a vidéki térségek általános jellemzője a hátrányos helyzet, jelentős részükben alacsony szintű az infrastrukturális ellátottság, akárcsak a szolgáltatások színvonala, illetve nagymértékben hiányoznak a foglalkoztatási lehetőségek. A dinamikusabb nagyvárosi térségekhez képest jelentős kihívás a munkanélküliség, illetve a kedvezőtlen jövedelmi viszonyok. Következésképpen egyre súlyosabbak a vidéki térségek demográfiai kihívásai is, mint amilyen az előregedő kor szerkezet és a fiatal korosztály elvándorlása (KÁPOSZTA J.-NÉMEDINÉ KOLLÁR K. 2017). A fentebb vázolt folyamatok megragadhatók makroregionális és nemzetgazdasági szinten egyaránt, ráadásul a területi polarizáció a 2008 utáni válság alatt újratemelődőtt (NAGY E. 2014). Joggal merülhet fel tehát a kérdés, miszerint hogyan lehet versenyképessé, egyúttal fenntarthatóvá tenni a vidéket, amely azután jó életminőséget biztosít az ott élők számára? Ilyen kihívásokra és kérdésekre kínál alternatívát az intelligens (okos) fejlődés paradigmája, amely a modern infokommunikációs technológia (továbbiakban: IKT) eszköztárából kívánja a célok megvalósítása érdekében felhasználni.

E megközelítés mentén történő fejlesztési

modellt és annak a már gyakorlatban alkalmazott példáit mutatom be tanulmányomban. A továbbiakban először a vizsgálatomhoz használt módszereket tekintem át, majd az intelligens fejlődés koncepciójának elméleti keretét vázoló fel röviden. Ezt követően az okos falu modelljét mutatom be, mint kitörési lehetőséget a vidéki területek számára, amelyet nemzetközi és hazai jó gyakorlatokkal támasztok alá.

Alkalmazott módszer

Jelen tanulmányban a fő hangsúly az intelligens fejlődés, illetve gyakran „okos város” néven szereplő koncepció vidéki alkalmazhatóságának lehetőségein van. Ezek megismerése érdekében tartalomelemzést végeztem, amely magában foglalta a releváns szakfolyóirat-közlemények (amelyek forrása a ScienceDirect és a Google Scholar volt) és szakpolitikai dokumentumok feldolgozását. Az egyes források leválogatása megadott szempontok mentén történt, mint adott kulcsszavak megléte (mint pl. intelligens, rural development, smart villages és ezek magyar megfelelői), továbbá tematikus kapcsolódás (pl. IKT eszközök településfejlesztésben tör-



ténő alkalmazása, projektszintű példák felhozatala). Ennek megfelelően 2018 októberében összesen 44 forrás került leválogatásra. A feldolgozott dokumentumok köre Európai Unió szakmai beszámolókat (pl. EU Rural Review), irányelvek leírásait (összesen 10 db) és az operatív programokhoz (TOP,VP) kapcsolódó dokumentumokat foglal magában.

Az intelligens fejlődés rövid elméleti áttekintése

Az intelligens fejlődés elemei leginkább az okos városokról szóló koncepció keretében jelennek meg a szakirodalomban. Ez a fejlesztési modell a '90-es években jelent meg először a szakirodalomban, köszönhetően az információs és kommunikációs technológiák (IKT) és az internet széles körű elterjedésének (GRAHAM, S. -AURIGI, A. 1997). A 2000-es évektől fokozódó internethasználat által a városok egyre több elektronikus szolgáltatást tettek elérhetővé polgáraiknak (e-kormányzás, e-oktatás stb.), míg napjainkban az intelligens vezeték nélküli szenzorok használatának forradalma zajlik (NAGY Z. ET AL. 2015). Az „okos város” kifejezést egyre többször használjuk, azonban ez nem párosul egységes fogalommal és tartalommal, az egyes jellemzők eltérőek lehetnek, az okos megoldások adaptálása is városspecifikus. A fogalmak jelentős része az IKT szerepét helyezi a középpontba, amely szerint az okos város a modern technológiai alkalmazások gyűjteménye (WASHBURN, D. ET AL. 2010). Ezen felül azonban az IKT segít a településfejlesztési célok gazdaságos, rugalmas megvalósításában, a valós idejű monitorozásban és az adatok feldolgozásában, mindezt a közösséggel együtt kommunikálva, így valós időben lehet a megszerzett tudást hasznosítani és beavatkozni a legfontosabb szervezési, műszaki és egyéb városi folyamatokba (JAKAB L. ET AL. 2018). A környezeti szempontok figyelembevétele szintén hangsúlyos, mivel az élhető és egészséges környezet

az okos városban, mint vonzerő jelenik meg (VANOLO, A. 2014). Európai Unió szinten is hangsúlyozzák az okos fejlődés fontosságát, viszont ezt alapvetően városi terekre értelmezik. A technológia adta lehetőségek azonban vidéki terekben is alkalmazhatók és lehetséges kitérési lehetőségként lépnek elő, így az okos város mintájára már az okos falu koncepciója is előtérbe kerül [5].

Az okos falu koncepció

Az okos falu koncepció bevezetését az Európai Vidékfejlesztési Hálózat tematikus csoportja kezdeményezte 2017 októberében, tovább erősítve így a vidéki terekben az Európai Unió tervezési, fejlesztési elveket, mint például a helyspecifikus megoldások alkalmazása, amely a helyi szükségleteken és lehetőségeken alapul. A kiemelt beavatkozási területek közé tartozik az elektronikus úton történő művelődés, egészségügyi és egyéb szolgáltatások elérhetővé tétele, a helyi termékek támogatása és az okos alkalmazások bevezetése a mezőgazdaságban és turizmusban.

Ezen törekvéseket a 2018. április 13-án kelt Bled-i nyilatkozatban rögzítették az Európai Unió képviselői. Az okos falvakról szóló kezdeményezés prioritásként kezeli az olyan vidéki területek létrehozását, amelyek – akárcsak a városok – biztosítják az ott élők jólétét, innovatív és digitális megoldások használatával növelve életminőségüket. A nyilatkozat előtérbe állítja a megalapozott üzleti modellek alkalmazását, és a körkörös gazdaságra való átállást tűzi ki célul a vidéki terekben. Utóbbi elképzelés lényege a jelenlegi, a termékeket egyszer felhasználó, pazarló és környezetszennyező gazdasági modell leváltása az újrahasonosítás és átalakítás, valamint a termékek és erőforrások alternatív felhasználása révén [2].

A törekvések szerint olyan falvak jönnek létre a jövőben, ahol a precíziós mezőgazdaság (érzékelők és döntéstámogató rendszerek



Megvalósult okos projektek az Észak-magyarországi Régióban.

Megvalósult projekt megnevezése	Projekt rövid leírása
Testületi anyagok e-mail alapú kommunikációja	Papír spórolás céljából a testületi anyagok, egyéb dokumentumok e-mailben történő továbbítása
Települési honlap arculatának frissítése	Naprakész települési információk biztosítása
Helyi „adok-veszek”	Közösségi médiában helyi szintű virtuális piac létrehozása
Energetikai fejlesztés	Napelemes rendszer alkalmazása önkormányzati épületeken
Call center	Munkállomás működtetése Szendrőn, számítógép park létrehozásával távmunka lehetőségének biztosítása
Térfigyelő rendszer	7+8 kamerás térfigyelő kamera hálózat kiépítése

Forrás: NAGY Z. ET AL. (2015)

lesztési program keretében hajtottak végre jelentős modernizációs beruházásokat, mely jelentősen hozzájárult ahhoz, hogy 272 főről 500 főre emelkedett a falu lakosság száma. Bioszolár fűtőművet helyeztek működésbe, napkollektorokat és napraforgó alakú, napkövető rendszerrel ellátott napelem telepet is. A megújuló energia felhasználásával a költségek a harmadára csökkentek, az önkormányzati épületek energiaigényének 70 százalékát megújuló energiákból fedezik. A fűtéshez szükséges energiát a közel két hektár területen elültetett 40.000 tő, évelő energiafűz learatásából származó faapríték feldolgozásából nyerik [4].

Összegzés

A tanulmányban bemutattam az intelligens fejlődés jellemzőinek legfontosabb elemeit, az okos falu koncepciót, valamint a már megvalósult okos fejlesztések közül mutattam be példákat külföldről és Magyarországról egyaránt. Összefoglalásként megállapítható, hogy az okos falu koncepció az EU területfejlesztési politikájának egy új eleme, amely a már meglévő tervezési-fejlesztési metóduson és logikán felül nagyban épít az új technológiák által kínált lehetőségekre. Ezáltal a jövőben a hátrányos helyzetű térségekben

élők foglalkoztathatósága növekedhet a távmunka lehetőségek kibővülése okán. A vidéki térségek zártságának csökkentése szintén egy kritikus pont a vidékies térségek esetén, amelyek elérhetősége az új közlekedésszervezési eljárások révén számottevően javulhat. Az adatgyűjtés és -feldolgozás térnyerése a mezőgazdaságban is hatékonyságnövekményhez vezet, az infrastrukturális feltételek javulása által pedig nemcsak primer szektorban lévő cégek, hanem a nagyobb hozzáadott értéket előállító vállalkozások számára is vonzó helyülé válik a vidék.

Ugyanakkor az okos fejlesztéseket nagyban befolyásolják az országos szintű folyamatok, valamint a helyi vezetés, pályázati aktivitás és a technológiai beszállítók magatartása, nyitottsága a vidéki térségek felé, mivel az okos alkalmazások telepítésekor egy fontos kérdés, hogy ki szolgáltatson. Az innovatív projektek megvalósítása a legtöbb esetben részben vagy teljes mértékben külső forrásból (rendszerint EU-s vagy kormányzati) finanszírozott, amely jelzi a vidéki térségek függőségi viszonyainak meglétét (ESPARCIA, J. 2014).

A vidéki térségekben, a kistelepülések számára továbbra is elengedhetetlen lesz az összefogás, hogy társulva próbáljanak meg fejlesztési forrásokat becsatornázni, amelyre az Európai Unió lehetőséget is ad. Különösen



az elkövetkezendő fejlesztési ciklusban, amikor is „intelligensebb és zöldebb Európára” vonatkozó célok kerülnek előtérbe [3]. A későbbiekben a téma mélyebb kutatása mindenképpen javasolt, mert álláspontom szerint az okos falu koncepció és az intelligens fejlődés alkalmazhatóságában rejlő lehetőségek még nem teljes mértékben specifikáltak. A jövőben az elképzelések gyakorlati megvalósulásának vizsgálata a területi kutatások tárgyaként szolgálhat.

Irodalom

ESPARCIA, J. 2014: Innovation and networks in rural areas. An analysis from European innovative projects. – Journal of Rural Studies 34. pp. 1-14.

GRAHAM S. -AURIGI A. 1997: Urbanising cyberspace? – City 2. 7. pp. 18–39.

JAKAB L. – SALLAI GY. – KOVÁCS K. 2018: A smart city megoldások technológiai háttere és fenntartható komplex modellje. – Magyar Tudomány 179. 9. pp. 1304–1314.

KÁPOSZTA J.-NÉMEDINÉ KOLLÁR K. 2017: Smart Települési modellek vizsgálata nemzetközi és hazai kezdeményezések alapján, avagy mi lehet a minta a periférián?. – Studia Mundi–Economica. 4. 3. pp. 57-66.

NAGY E. 2014: Függőség és egyenlőtlen fejlődés a vidéki terekben – az élelmiszer-ágazat változó erőviszonyai és lokális beágyazottsága. – In: NAGY E.-NAGY G. (szerk): Polarizáció-Függőség-Krízis: Eltérő térbeli válaszok. MTA KRTK RKI ATO, Békéscsaba, pp. 78-79.

NAGY Z. TÓTH G. – PÉTER ZS. – SZENDI D. – PÁL ZS. – LESKÓ A. – TÓTHNÉ KISS A. 2015: Smart Local Community kezdeményezések lehetőségei vidéki térségekben – Borsod Abaúj-Zemplén megye három járásának

példáján. – Észak-magyarországi Stratégiai Füzetek 12. 2. pp. 59-70.

VANOLO, A. 2014: Smart mentality: The Smart City as Disciplinary Strategy. – Urban Studies 51. 1. pp. 884-895.

WASHBURN D. –SINDHU U. –BALAOURAS S. –DINES R. A. –HAYES N. M. – NELSON, L. E. 2010: Helping CIOs Understand „Smart City:” Initiatives: Defining the Smart City, Its Drivers, and the Role of the CIO. – Forrester Research Inc., Cambridge, MA. 17 p.

Egyéb források

[1] 2012. évi XLI. törvény a személyszállítási szolgáltatásokról. – Letöltve: 2018.11.30. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1200041.TV>

[2] Bled-i Nyilatkozat, 2018. – Letöltve: 2018.10.02. <http://pametne-vasi.info/wp-content/uploads/2018/04/Bled-declaration-for-a-Smarter-Future-of-the-Rural-Areas-in-EU.pdf>

[3] Európai Bizottság Regionális fejlesztési és kohéziós politika 2020 után. – Letöltve: 2018.11.26. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-18-3866_hu.htm

[4] Nagypáli község hírportálja. „Zöld út” falufejlesztési program. – Letöltve: 2018.11.26. <http://nagypali.hu/zold-ut/434-zold-ut-falufejlesztesi-program-1997-2015>

[5] Európai Kezdeményezés az okos falvakért 2017. – Letöltve: 2018.10.02. https://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/rural-development-2014-2020/looking-ahead/rur-dev-small-villages_en.pdf

[6] Okos Falu Projekt Példatár, 2018.– Letöltve: 2018.11.06. https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/tg_smart-villages_project-compilation.pdf





A felsőoktatási rangsorok működése és relevanciája az agrártudományi képzések esetén

Kőmíves Péter Miklós

Bevezetés

A felsőoktatás nemzetköziesedésének egyik hozadéka a felsőoktatási intézmények nemzetközi összehasonlíthatóságának megjelenése. Napjainkban az egyetemek és főiskolák nem nemzeti környezetben, hanem egymással nemzetközi szinten versengve működnek. A felsőoktatási rangsorok visszacsatolást adhatnak az egyes intézmények működésének eredményességéről mind a felhasználók, mind maguk az intézmények számára. Azt ugyanakkor figyelembe kell venni, hogy a hallgatók a képzések és a felsőoktatási intézmények kiválasztása során a lábukkal szavaznak, döntést hoznak arról, hogy mely intézményben szeretnének továbbtanulni, az pedig vizsgálat alapja lehet, hogy döntésüket milyen tényezők motiválják és befolyásolják (Telcs et al., 2013).

A felsőoktatási intézményeknek mindenképp el kell látniuk a leendő hallgatók szemében, amihez elengedhetetlenül fontos, hogy naprakész, friss honlappal nyissanak a nyilvánosság felé. Az intézményi honlapokra feltöltött információk jelentősége a leendő hallgatók intézményválasztása mellett a felsőoktatási rangsorokban elért eredményeket is befolyásolhatja (Böcskei et al., 2018).

A felsőoktatási intézményválasztásra vonatkozó elméletek

Míg az 1980-as években két eltérő közgazdasági elmélet volt ismert a felvételizők továbbtanulási döntéseinek elemzésére, amelyek közül az első szerint a felvétel a felvételiző populáció és az intézmények jellegzetességeinek függvényei, míg a második szerint a felvétel az egyes hallgatók továbbtanulás és munkavállalás közötti egyéni döntésének eredménye (Fuller et al., 1982), addig napjainkban a hallgatók felsőoktatási intézményválasztását négy különböző modell segítségével írja le a nemzetközi szakirodalom.

A *közgazdasági modellek* azon a feltételezésen alapulnak, hogy a hallgatók maximalizálni szeretnék az intézményválasztással elérhető hasznukat, miközben a döntéshozatal során felmerülő kockázataikat és kiadásaituk lehetőleg minimalizálják. A választás ennek megfelelően arra az intézményre esik, amely a legnagyobb értéket kínálja (Simões – Soares, 2010). A közgazdasági modellek szerint a felvételizők akkor választanak egy adott felsőoktatási intézményt, ha az ott folytatott tanulmányokkal elérhető előnyök meghaladják a más intézmények vagy a munkavállalás

lás által nyújtott előnyöket (Wagner – Fard, 2009). A közgazdasági modellek egyik fontos előfeltevése, hogy meggyőződésük szerint a döntéshozatal során a felvételizőknek minden releváns információ rendelkezésére áll. A közgazdasági modellek kihangsúlyozzák a döntéshozatali folyamat racionális jellegét, amely során a leendő hallgatók és családjuk több szempontból is mérlegeli az egyes egyetemek jellemző tulajdonságait, miközben a végleges intézményválasztási döntést hozzák. A közgazdasági modellek meglátása szerint a felvételizők felmérik a választási lehetőségeiket, értékeli azokat arra tekintettel, hogy a felsőfokú továbbtanulásra fordított befektetések és az abból nyerni remélt előnyök milyen arányban állnak egymással, majd kiválasztják azt az intézményt, ahol a továbbtanulástól a lehető legmagasabb hasznot remélik. A közgazdasági elméletek gyengesége, hogy a racionalitáson kívül más megközelítéssel egyáltalán nem kalkulál (Aydin, 2013), pedig a döntéshozatalba keveredő nem racionális, emocionális tényezők hallgatónként eltérő mértékben, de komoly szerephez juthatnak. Különösen igaz ez a meglátás azokra a felvételizőkre, akik családjának nincsenek felsőoktatással kapcsolatos tapasztalatai (Ball et al., 2002).

A közgazdasági elméletekkel ellentétben a státusz megszerzésére irányuló *szociológiai modellek* azokkal az egyéni és társadalmi hatásokkal foglalkoznak, amelyek a felvételizők szakma- és intézményválasztási döntéseit befolyásolják. A különböző szociológiai modellek számba veszik mindazokat a külső hatásokat, amelyek a felvételizők intézményválasztását befolyásolják, ezek közül is kiemelve a szülők és más, a továbbtanulókat befolyásolni képes személyek hatását, illetve az egyes felsőoktatási intézmények tudományos és oktatási eredményeit is (Aydin, 2013). A különböző befolyásoló tényezők minden egyes felvételiző döntéseire eltérő mértékben hatnak, vagyis azok állandó kombinációjáról

nem lehet beszélni, ez pedig befolyásolja a felsőoktatási intézmények kapcsolatfelvételi lehetőségeit is (Reay et al., 2001). A szociológiai modellek egy része élesen elutasítja azt a feltevést, hogy a felsőoktatási intézmény kiválasztása egy racionális folyamat lenne, és inkább a társadalom, a család, az elvárások és a felvételiző hallgatók tanulmányi eredményei által generált hatások elemzésének jelentőségét hangsúlyozzák. A szociológiai modellek gyengesége, hogy kizárólag a döntéshozatal befolyásoló társadalmi hatásokra koncentrálnak (Aydin, 2013). Itt kell ugyanakkor azt is kiemelni, hogy az oktatást hagyományosan jelentős társadalmi mobilizátori erővel bíró szektorként szokás leírni, hiszen a magasabb szintű iskolai végzettség segíthet a társadalmi státusz fejlesztésében (Antikainen, 2006).

A két már ismertetett jelentős modellcsoport ötvözéséből létrejött *kombinált modellek* kísérletet tesznek arra, hogy mindkét modellcsalád erőit egy újabb modellben ötvözzék, vagyis a racionális döntéshozatal társadalmi hatások kontextusában elemzik (Simões – Soares, 2010). Ezek a kombinált, rendre három-, öt- vagy többszintű modellek a felvételizők döntéshozatalát elemzik és olyan szinteket különböztetnek meg, mint a továbbtanulási hajlam szintje, ahol a felvételiző eldönti, hogy milyen jellegű intézményben kíván továbbtanulni, a keresés szintjén az egyes intézményekről elérhető információk feltérképezése zajlik, míg a döntés szintjén a felvételiző eldönti, hogy hol szeretne továbbtanulni. Kombinált modellek olyan döntési szempontokat is elemeznek, mint a továbbtanulás demográfiai környezete, a kulturális hatások, a tanárok támogató hozzáállása és további, társadalmi, gazdasági és oktatáspolitikai aspektusok (Aydin, 2013).

Végül meg kell említeni a *marketing megközelítésű modelleket* is, amelyek nemcsak gazdasági és társadalmi körülményeket vesznek figyelembe az intézményválasztási döntések elemzése során, hanem a belső és külső körül-



mények által befolyásolt fogyasztói választási modellekből indulnak ki. A marketing megközelítésű elméletek arra is nagy hangsúlyt fektetnek, hogy miként tudnak a felsőoktatási intézmények kapcsolatba lépni potenciális hallgatóikkal – úgy tartalmi nézőpontból, mint az alkalmazott eszközök szempontjából (Aydin, 2013).

A felsőoktatás, a gazdaság és a társadalom közötti különböző kapcsolatokat elemezve is egy szövevényes háló képe rajzolódik ki, amelyek helyi, térségi, országos és nemzetközi szinten is hatást fejtenek ki. Ezek a kapcsolódási pontok mindenek előtt a felsőoktatás társadalmi és gazdasági funkcióihoz kötődnek, illetve azokhoz az oktatási, kutatási és tudástranszfer funkciókhoz, amelyeket a felsőoktatási intézmények ellátnak. A gazdasági funkciók közül ki kell emelni azoknak a képességeknek az átadását a képzések során, amelyek a diplomások sikeres munkaerőpiaci jelenlétéhez kapcsolódnak napjaink tudásalapú társadalmában, illetve a felsőoktatási intézmények kutatási aktivitásai kapcsán a közvetett vagy közvetlen gazdasági hasznosulás lehetőségét is. A társadalmi elvárások középpontjában az egyetem, mint képzőhely szerepel, ahol a hallgatók megszerezhetik mindazt a tudást, amely a sikeres társadalmi mobilizációhoz szükséges a számukra (Jongbloed et al., 2008).

A felsőoktatási rangsorok hatása az intézményválasztásra

A felsőoktatási intézményválasztási szempontok között a szakirodalom a hallgatókhoz és az intézményekhez kapcsolódó tényezőket különíti el. Az első kategóriába sorolják mindazokat a tényezőket, amely a hallgatókhoz és környezetükhöz, így különösen szüleikhez és a döntéshozatalukat befolyásoló további személyekhez kötődnek, mint például a társadalmi és gazdasági státusz, a szülők képzettsége, a felvételiző elképzelései a továbbtanulás

költségeiről és az elérhető forrásokról, például ösztöndíjakról, de a felvételiző diplomázást követő karrierterveit is itt kell megemlíteni. Az intézményi tényezők közé a felsőoktatási intézmény mérete, elhelyezkedése, képzési kínálata, a fenntartója, a hírneve és presztízse, a rangsorokban elfoglalt helye és a róla elérhető információk tartoznak (Csuka – Banász, 2014). A hallgatók intézményválasztási preferenciáit egyébként saját középiskolai évfolyamtársaik nemzetközi továbbtanulási tervei is befolyásolják olyan módon, hogy a legjobb, külföldön továbbtanuló hallgatók helyére előlépő Magyarországon maradó hallgatók – a tehetségesebbek kiesése miatt – jobb intézménybe is bekerülhetnek, mint amilyenbe képességeik eredetileg lehetővé tették volna számukra (Csató, 2013).

Mint az látható, a felsőoktatási intézmények társadalmi megítélésének egyik lehetséges alapja a nemzeti vagy nemzetközi felsőoktatási rangsorokban elfoglalt helyezésük. Webster szerint a felsőoktatási minőségi rangsor egy meghatározott kritériumrendszer szerint rendezett lista, amelynek összeállítói a mért és leképezett egyetemi kiválóságot vizsgálják. A vizsgálat eredményeként a legjobb főiskolákról és egyetemekről vagy tanszékekről készül egy számsorrendben rendezett lista, amely a listán szereplő intézmények vagy tanszékek feltételezett minőségén alapul, és amelyben minden intézmény vagy tanszék rangsorban elfoglalt helyét kizárólag a saját minősége befolyásolja (Webster, 1986). A fenti definíció alapján megállapítható, hogy tekintettel a felsőoktatási minőség lehetséges mérési kritériumainak számosságára, a felsőoktatási rangsorok értékelési szempontjai nagyban függenek az adott lista szerkesztőinek döntésétől, másfelől pedig az is megállapítható, hogy az egyes intézmények és szakok rangsorban elfoglalt helyezése a vizsgálatba bevont többi intézmény és szak teljesítményétől is függ (Clarke, 2002a).

Ezek a listák átláthatóbbá teszik a felhasz-

nálói szféra számára mindazokat a globális folyamatokat, amelyek a felsőoktatás világában zajlanak napjainkban. A rangsorok egyik legfontosabb célja a felvételiző hallgató-jelöltek döntésének megkönnyítése különböző, az intézményre vonatkozó minőségi és teljesítménymutatók segítségével. A rangsorok által kialakított kép pedig a felsőoktatási intézmények számára is érdekes, hiszen ennek segítségével dönthetnek saját fejlesztési stratégiájukról és annak fő fókuszáról, legyen az akár az intézményi minőség vagy kiválóság, akár a rangsorok által favorizált versenyképesség fejlesztése. A felsőoktatási rangsorokban elfoglalt intézményi pozíció az adott egyetem presztízsének leképeződése, miközben maga a rangsorhelyezés is erősíti az intézmény reputációját (Török, 2006). A felsőoktatási intézmények rangsorokban elfoglalt helyeinek értékelését nehezíti, hogy az egyes rangsorokat meghatározó elemzési módszertant rendszeresen frissítik, vagyis az egyes mérési szempontok súlya időnként változik. Különösen igaz ez az egyes rangsorok korai éveire, ami megnehezíti az intézményi teljesítmények hosszabb időtartamra vonatkozó értékelését (Clarke, 2002b). Ugyanakkor további problémát okozhat, hogy olyan nagy felsőoktatási piacok esetén, mint amilyen például az Amerikai Egyesült Államok felsőoktatási piaca, a rangsorok nem feltétlenül rendezik sorrendbe az összes elérhető intézményt, csak egy adott állam vagy tudományterület legjobb teljesítményt nyújtó intézményeiről szolgálnak információval (Webster, 1985).

A felsőoktatási rangsorok megjelenésüket tekintve legtöbbször egy-egy sportbajnokság ligaredményeit összesítő táblázathoz hasonlítanak, amelyekben az egymással versengő intézményeket összevetve, emelkedő szám-sorrend szerint rendezik előre meghatározott és különféle módon súlyozott indikátorok figyelembevételével. A használt indikátorok az intézmények közötti különbségeket statisztikai adatokká konvertálva jelenítik meg,

vagyis ilyen módon számszerűsíthetőek az intézményi specifikumok és az intézmények közötti különbségek (Usher – Medow, 2009). Minthogy a különböző felsőoktatási rangsorok általában limitált számú pozíciót osztanak szét a felsőoktatási intézmények között, a folyamat jellegéből kifolyólag leginkább azok az intézmények esnek ki a rangsorból, akikhez az újonnan bekerülők hasonlatosak teljesítményüket illetően. Ez egyben azt is jelenti, hogy minden egyes változásnak, minden intézményi nyereségnek szükségszerűen van járulékos veszteség oldala is, amely egy másik intézmény esetén jelenik majd meg (Grewal et al., 2008).

A felsőoktatási presztízs másképp is értelmezhető lenne, hiszen az egyes képzési típusok egymásra épüléséből kifolyólag az egyes szinteken más intézmények lehetnek sikeresek. Burton R. Clark amerikai rendszerre épülő példája kiemeli a felsőoktatási ranglétra különböző szintjein jól működő intézményeket, amelyek fölött más szinteken más felsőoktatási intézmények tudnak sikereket elérni, akár egymással részleges átfedésben is. A hallgatók a rendszerben képességeiknek megfelelően mozognak a ranglétra alacsonyabb fokán elhelyezkedő és alacsonyabb képzési szintjein aktív intézményektől a csúcs felé (vagyis a főiskoláktól a doktori képzést is nyújtó tudományegyetemek felé), ezzel párhuzamosan pedig a felsőoktatás különböző aktivitásai is megoszlanak az eltérő intézménytípusok között (a tömeges oktatás a főiskolákra, a nagy kutatási aktivitás pedig a tudományegyetemekre jellemző), vagyis az egyes eltérő profilú intézmények elvben nem versengenek egymással (Clark, 1983). Csakhogy ez a letisztult funkciórendszer mind kevésbé jellemző a felsőoktatási intézményekre, hiszen a tudományközpontság helyett napjainkban már a tudományos elismertség, a jogszabályok formájában megjelenő bürokratikus koordináció és a különböző értelmezések szerint megtestesülő piac alkotja azt a három pólust,



amely a felsőoktatási intézmények működését meghatározza (Polónyi – Szilágyi, 2008). A felsőoktatási rangsorok ugyanakkor a felsőoktatás világát komplex módon szemlélik, nem tesznek különbséget az egyes intézmények között azok társadalmi funkciói között.

A felsőoktatási rangsorok készítése során felvázolt kiindulópont lényege, hogy az intézmények versengenek egymással nemcsak a legkiválóbb oktatókért és hallgatókért, hanem a költségvetési forrásokért (beleértve ebben minden olyan forrást, amely megjelenhet egy egyetem vagy főiskola költségvetésében) és a piaci részesedésért is. Itt tehát a felsőoktatási intézmények jelennek meg a piac kínálati oldalán, míg a keresleti oldalon a hallgatók és a felvételizők állnak. Arról sem szabad megfeledkezni, hogy ezzel párhuzamosan egyébként maga a felsőoktatási rangsorkészítés is egy versenyhelyzet, amelyben az egyes listák szerkesztői egymással mérkőznek meg a kínálati oldal szereplőiként a keresleti oldalon egy tömbben feltűnő hallgatókkal, felvételizőkkel és felsőoktatási intézményekkel (Török, 2008). Azokban az országokban, ahol a felsőoktatási hozzáférést kiterjedt ösztöndíjrendszerek segítségével biztosítják, a felsőoktatási intézmények azért is próbálnak minél előkelőbb helyezéseket elérni a rangsorokban, hogy magukra irányítsák a legkiválóbb, vagyis a különböző ösztöndíjak elnyerésére igazán esélyes hallgatók figyelmét. Mindez azért is szükséges, mert a tandíjak mértékét mindenképp az elnyerhető ösztöndíjak mértékéhez próbálják igazítani, vagyis a kiváló hallgatók intézményválasztása azt is befolyásolja, hogy a többi továbbtanuló mekkora összegű tandíj mellett tud az adott intézményben tanulni (Meredith, 2004). Ez utóbbi jelenség ugyanakkor az utóbbi években a magyar felsőoktatás világába is begyűrűzni látszik, hiszen az önköltséges képzések megjelenésével az állami ösztöndíjak mértéke nem haladja meg az adott szakra megállapított önköltség mértékét.

A magyar felsőoktatási rangsorok készítése során a szerkesztők nemcsak a külföldi, elsősorban angol, német és az Amerikai Egyesült Államokban szerkesztett rangsorok módszertanát vették át, hanem tekintettel próbáltak lenni a hazai felsőoktatás jellegzetességeire is annak érdekében, hogy felmérhető legyen a hazai intézmények presztízse és a különböző területeken mérhető további adottságai. A felsőoktatási rangsorkészítés egyik legfontosabb célja ugyanis a felvételizők intézményválasztásának megkönnyítése, amelynek érdekében az egyetemeket és főiskolákat különböző, lehetőség szerint objektív tényezőkkel és teljesítménymutatókkal értékelik (Fábr, 2008).

A felsőoktatási rangsorok készítése során számos problémával szembesülnek a kutatók, amelyek közül mindenképp ki kell emelni a rendelkezésre álló potenciális elemzési-vizsgálati szempontok és az elérhető adatmennyiség nagyságát. A számos egyedi tényezőre tekintettel aligha lehet egy általános érvényességgel bíró rangsort vagy módszertant felállítani, azonban törekedni kell erre – és ilyen téren a napjainkban működő rangsorok megalkotói sikereket értek el. Általános kritérium az összehasonlítás objektivitásának garantálása érdekében a vizsgálati szempontok és adatok számszerűsítése, az összevetés, illetve az, hogy a döntéseket megfelelő módszertannal gyűjtött adatokra, adatsorokra alapozva hozzák meg (Sipos, 2015). Mégis szem előtt kell tartani, hogy a felsőoktatási rangsorok által közvetített információt az intézmények potenciális piacán fogják feldolgozni, méghozzá elsősorban a továbbtanulni vágyó felvételizők és családjaik. A felsőoktatásba bekerülő újabb és újabb évfolyamok választásukat és értéktételeiket tekintve egyre önállóbbak és szabadabbak a döntéshozatal során, amelyben a rangsorok mellett az intézmények által folytatott kommunikáció is segíti őket, amennyiben az egyetemek és főiskolák képesek megfelelő formában és megfelelő platformokon megjelenve

a felvételizők látóterébe kerülni (Fábri, 2016).

A felsőoktatási rangsorokkal összefüggésben megfogalmazott több kritikai vélemény közül kiemelendők azok, amelyek arra világítanak rá, hogy a rangsorok nem elég részletezett adatmennyiséget tartalmaznak, ami miatt kevesebb, a felvételizők vagy a munkaerőpiac számára is közvetlenül hasznosítható információt közvetítenek. Hasznos adat természetesen egy intézmény egészének kiválósága, ám az egyes szakok kiválóságáról, ami a hallgatókat és a munkaadókat például kifejezetten érdekelhetné, az összegyűjtött kiválóság kevés információt továbbít (Fábri, 2014). Tekintettel ugyanakkor arra a tényre, hogy a felsőoktatás létezése és sikeres működése nélkül a 21. század társadalmi nem volnának működőképesek, ezért igenis szükség van a felsőoktatás teljesítményének mérésére, amelyre a felsőoktatási rangsorok – minden gyengeségük dacára is – alkalmasak (Török – Nagy, 2014).

A felsőoktatási rangsorok mérési kritériumainak bemutatása, különös tekintettel az agrártudományi képzési területre

Ellen Hazelkorn listát készített a globálisan legfontosabb felsőoktatási rangsorokról. Meglátása szerint ezek az Academic Ranking of World Universities (a Shanghai Jiao Tong Egyetem rangsora, 2003 óta), a Spanyol Nemzeti Kutatási Tanács által gondozott Webometrics (szintén 2003 óta), a HEEACT által 2007 óta megjelentetett Performance Ranking of Scientific Papers for Research Universities, a Leideni Egyetem Centre for Science & Technology Studies központja által 2008 óta kiadott Leiden Ranking, a 2009 óta megjelenő SCImago Institutional Rankings, az Európai Bizottság 2011 óta publikált U-Multirank listája, valamint a 2004 és 2009 között a Times Higher Education és a QS gondozásában megjelent World University Ranking, amelyet követően 2010 óta a QS a Top

University Rankings listát, míg a Times Higher Education a Thomson Reuters-szel együttműködve a World University Ranking listát adja ki (Hazelkorn, 2012). A felsőoktatási rangsorok készítésének alapja minden esetben a felsőoktatási intézmény által nyújtott teljesítmény értékelése, az azonban nem egyértelmű, hogy az eredmény mérésekor az egyes időpontokon mért eredmények milyen súllyal esnek számításba. Van lehetőség ugyanis a felsőoktatási minőség bemeneti teljesítmény segítségével történő mérésére: ilyenkor a felvett hallgatók és a képzést indító kar kiválóságát értékeli, illetve azt is felméri, hogy az érintett karnak mennyiben állnak rendelkezésre különböző pénzügyi források. A felsőoktatási minőség fogalma a képzés során elért eredmények (tanulási eredmények) mérésével is kivitelezhető, ez a gyakorlat azonban nem különösebben elterjedt a rangorkészítők körében. Emellett arra is lehetőség nyílik, hogy a felsőoktatás minőségét a kimeneti oldal minőségével mérjük, amely során értékelni kell a diplomák eredményét, a végzetek munkaerőpiaci kilátásait és az intézmény ALUMNI eredményeit is (Dill – Soo, 2005). A felsőoktatási rangsorok készítése során a felsőoktatási intézményeket mindig egy viszonyítási alaphoz mérik: az Academic Ranking of World Universities rangsor esetén ez a benchmark az adott kategóriában a legjobb teljesítményt nyújtó felsőoktatási intézmény, amelynek eredményeihez viszonyítják az összes többi egyetemet (Jovanovic et al., 2012).

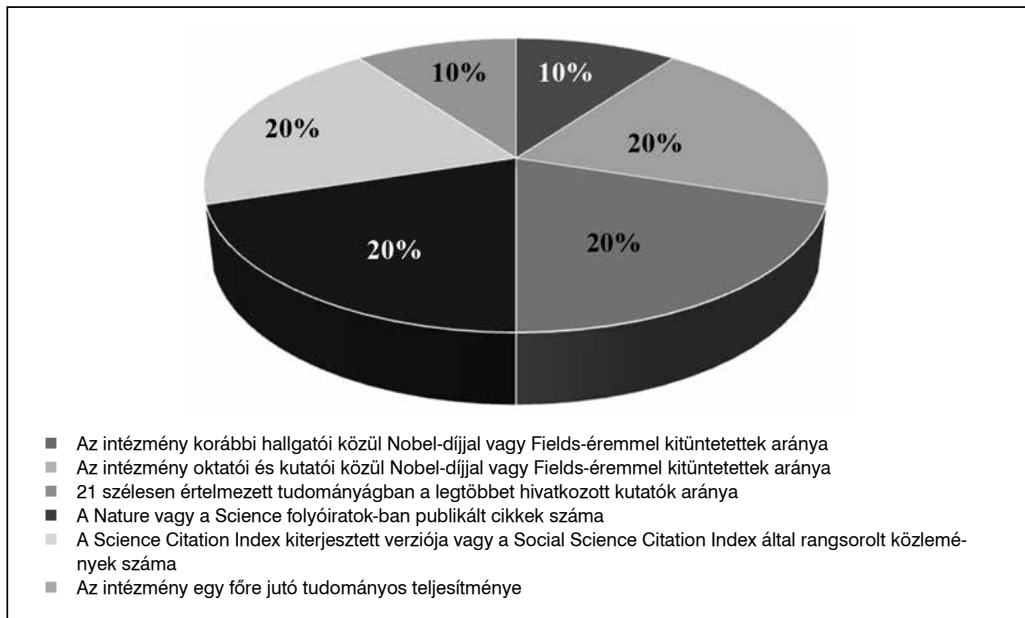
A felsőoktatási rangsorokat tipológiájuk alapján is csoportosíthatjuk. Kizárólag bibliometriai adatokon alapuló globális lista a Shanghai Jiao Tong Egyetem által készített Academic Ranking of World Universities, a SCImago, a Leideni Egyetem által összeállított Leiden Ranking, a tajvani HEEACT és a Webometrics. Adatlekéréseken alapuló globális rangsornak tekintjük a Quacquarelli Symonds (QS) által készített lista és a Times Higher Education listája. Benchmarkokon alapuló



rangsor a Global Research Benchmarking, míg specifikus rangsornak az UI Green Metric minősül (Basso et al., 2017).

Mint az a fenti adatok alapján is látható, a nemzetközi felsőoktatási rangsorok egy jelentős hányada elsősorban az egyetemeken zajló kutatómunkát, az ott működő kutatói közösségek tudományos eredményeit veszi alapul a rangsorokban elfoglalt helyek kiosztása során. Mint arra Simon Marginson is rámutat véleménycikkében, ez feszültséget okozhat az általa elitként jellemzett kutatómunka és a tömegképzés között. Meglátása szerint csak kevés nemzet képes működőképes munkamegosztást létrehozni az oktatás és a kutatás között, hiszen egyes intézmények a kutatómunkára helyezik a hangsúlyt és nagyon erősen megválogatják, hogy kit vesznek fel az elérhető álláshelyekre, továbbá élesen elkerülik a tömegoktatást, míg más intézmények a kutatómunka fellazításával, felhígítá-

sával, esetleg a tömegoktatásra rendelkezésre álló erőforrások szándékos gyengítésével próbálják erősíteni saját kutatási tevékenységük eredményeit. Fontos ugyanakkor, hogy az országos szinten működő intézményhálózat szintjén az egyes funkciók egyensúlya megvalósulhasson (Marginson, 2010). A felsőoktatási intézmények tudományos eredményeinek vizsgálata során kiemelt hangsúly juthat például az ott dolgozó oktatók és kutatók által publikált impaktfaktoros cikkek számának is, azonban az impaktfaktorok elemzését kellő körültekintéssel kell elvégezni. Az eredetileg nem ilyen célra szánt rendszer ugyanis csak mérsékelten alkalmas azon célok ellátására, amelyre ma használják (McAleer et al., 2018). A publikációk és citációk hálózatainak vizsgálata ugyanakkor napjaink tudományos életének egyik legfontosabb aktuális kihívása, amit a közölt cikkek számának folyamatos emelkedése is indokol (Popp et al., 2018).



1. ábra

Az Academic Ranking of World Universities felsőoktatási rangsor értékelési szempontjai, százalékos bontásban.

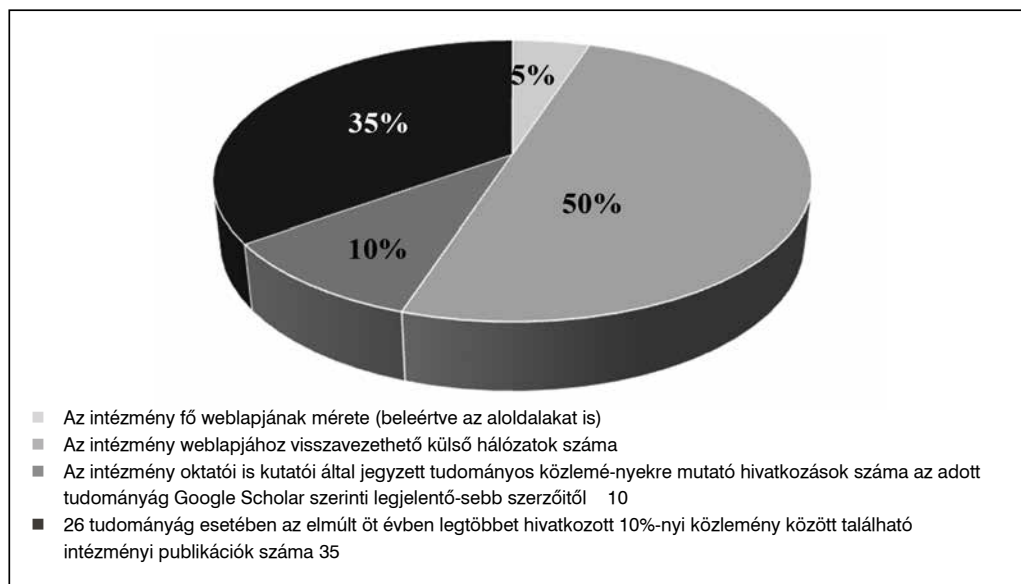
Forrás: Academic Ranking of World Universities (2018) alapján saját szerkesztés

A legfontosabb nemzetközi rangsorok értékelési szempontrendszerét kördiagramok segítségével szemléltetem. Noha szó szerint egyező kritériumot egyáltalán nem lehet felfedezni az egyes rangsorok esetében, a mérési szempontok többé-kevésbé csoportosíthatónak bizonyultak. Az első csoportba tartoznak azok a mérési kritériumok, amelyek az adott felsőoktatási intézményben dolgozó oktatók és kutatók, illetve az ott végzett hallgatók elismertségére vonatkoznak – beleértve ebbe például az érintett személyi kör által elnyert rangos díjakat és kitüntetések is. A második csoport kritériumai a felsőoktatási intézményhez kapcsolódó publikációk különböző szempontú vizsgálatát jelenítik meg. A harmadik csoportban szereplő kritériumok az intézmény láthatóságával, internetes jelenlétével kapcsolatos mérési szempontokat jelzik. A negyedik csoportba a gazdasági vizsgálati szempontok tartoznak. Az ötödik csoportba sorolt mérési szempontok az intézményre és annak oktatóira, kutatóira mutató hivatkozásokkal kapcsos-

latos mérési kritériumokat jelenítik meg. Az utolsó, hatodik csoportba tartozó kritériumok jelzik a további mérési szempontokat, így például a nemzetközi kapcsolatokat, a külföldi hallgatók, oktatók jelenlétét.

A világ legismertebb felsőoktatási rangsora a Shanghaiban működő Jiao Tong Egyetem által készített Academic Ranking of World Universities. Az 1. ábrán bemutatott értékelési szempontrendszer kiemelt figyelmet szentel az oktatói és hallgatói (alumni) kiválóságnak, hiszen nagy súllyal veszik figyelembe a Nobel-díjasok és Fields-érmesek jelenlétét az intézmény oktatói-kutatói karában vagy öregdiákjai körében. A rangsor legnagyobb súllyal figyelembe vett elemzési kritériumai az intézményhez kapcsolódó publikációk vizsgálatával kerülnek kiszámításra (Academic Ranking of World Universities, 2018).

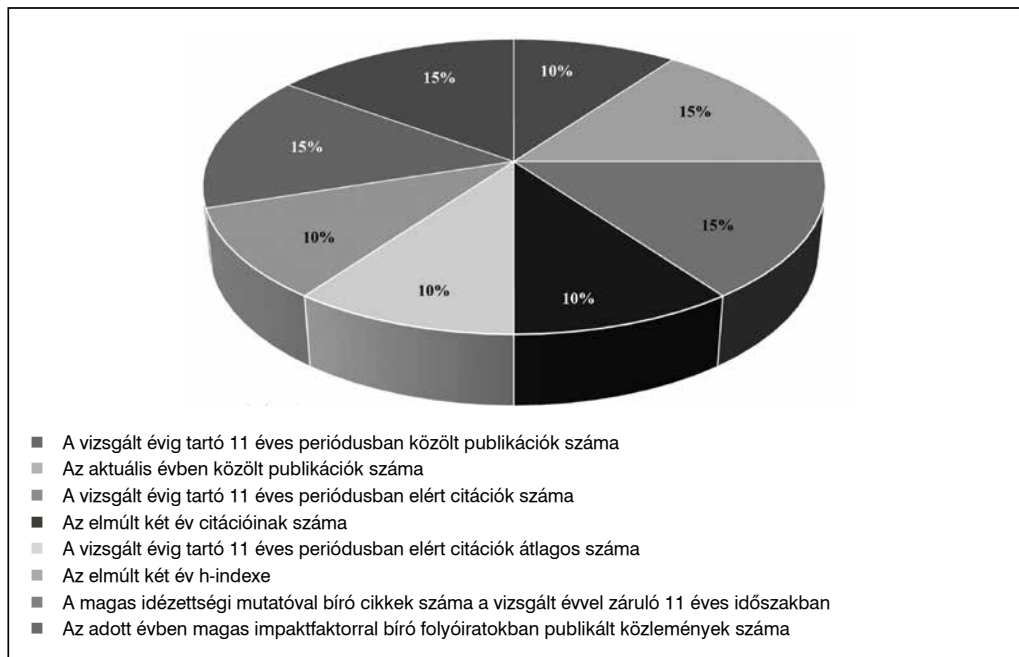
A 2. ábrán jól látható, hogy a Webometrics az előzőtől eltérő mérési módszertannal dolgozik. A rangsor készítői a legnagyobb arányban az intézmény weblapjára mutató külső háló-



2. ábra

A Webometrics felsőoktatási rangsor értékelési szempontjai, százalékos bontásban

Forrás: Webometrics (2018) alapján saját szerkesztés.



3. ábra

A Performance Ranking of Scientific Papers for Research Universities felsőoktatási rangsor értékelési szempontjai, százalékos bontásban

Forrás: Performance Ranking of Scientific Papers for Research Universities (2019) alapján saját szerkesztés

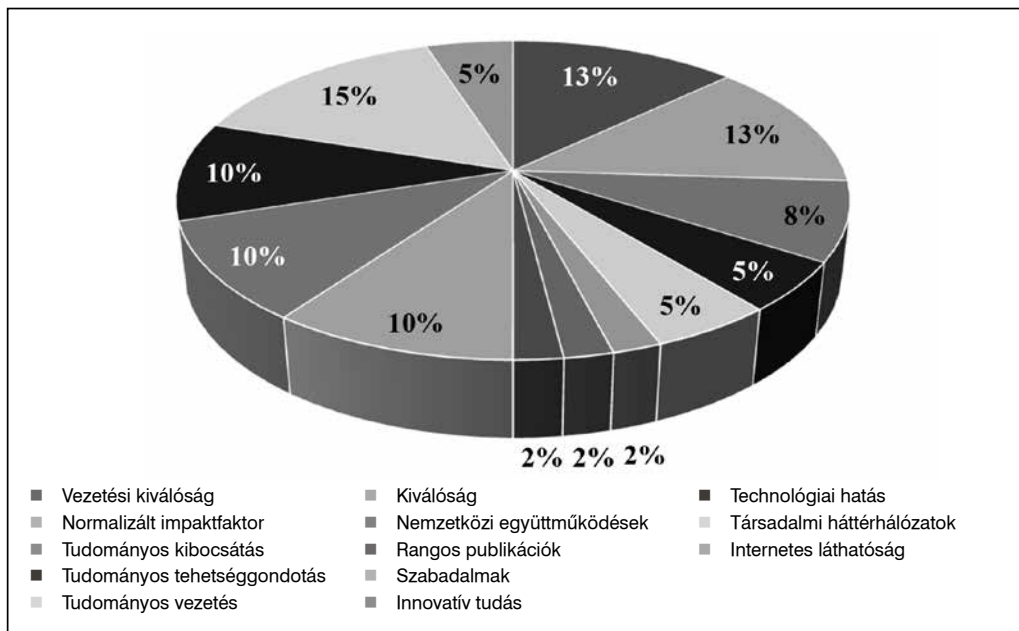
zatok jelentőségét veszik figyelembe, emellett – a többi rangsorhoz hasonlóan – itt is nagy figyelmet fordítanak az intézményben dolgozó oktatók és kutatók által elért tudományos publikációkra mutató független hivatkozásokra. Ezeket több szempont szerint is súlyozzák a rangsor összeállítása során (Webometrics, 2018). Tekintettel arra, hogy a felsőoktatási intézmények működése szempontjából kiemelt jelentősége van az interneten történő megjelenésnek, a Webometrics mérési metódusa igen előremutatónak tekinthető.

A 3. ábrán került bemutatásra a Performance Ranking of Scientific Papers for Research Universities felsőoktatási rangsor mérési módszertana. A legfontosabb mérési szempontok ebben az esetben is elsősorban a vizsgált felsőoktatási intézményben dolgozó oktatók és kutatók tudományos teljesítményén, publikációin, illetve az ezekre mutató független

hivatkozásokon alapul (Performance Ranking of Scientific Papers for Research Universities, 2019). Megállapítható tehát, hogy ez a vizsgált felsőoktatási rangsor sem fordít kiemelt figyelmet a tanítási folyamat eredményességére.

Mint a 4. ábra alapján is jól látható, a Scimago Institutional Rankings az egyik legösszetettebb mérési szisztéma alapján összeállított rangsor. A mérési számok között örömteli, hogy megjelenik például a tehetséggondozás, amelynek nemcsak a tudományos utánpótlás, hanem a kiváló gyakorlati szakemberek képzése szempontjából is kiemelt jelentősége van. A technológiai hatás és a nemzetközi együttműködések kiemelése is igen előnyös a friss és aktuális tudás átadása szempontjából (Scimago Institutional Rankings, 2018), amelynek a jelentősége az agrártudományi képzések területén is megkerülhetetlen.

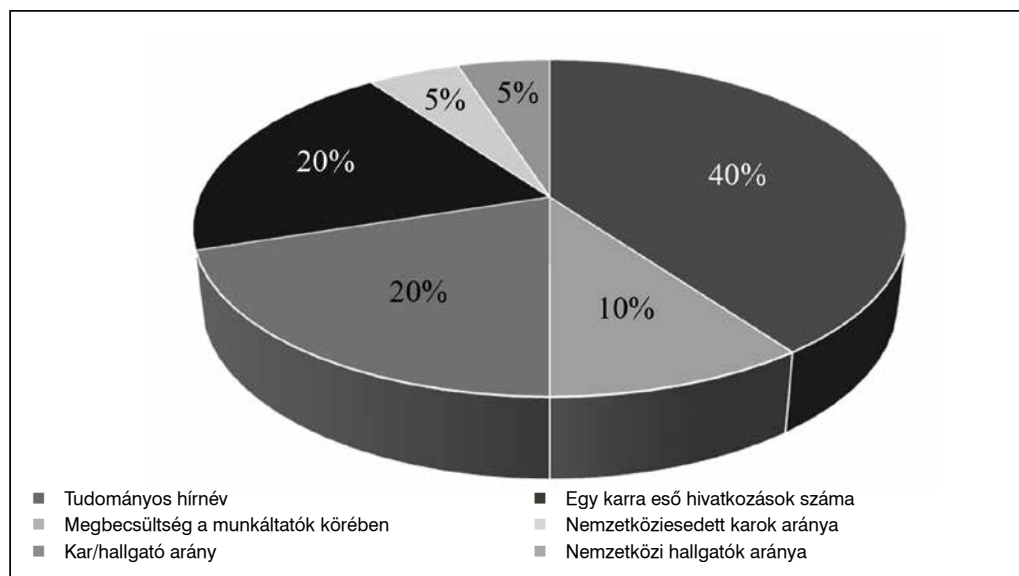
Az 5. ábrán látható, hogy a Top University



4. ábra

A Scimago Institutional Rankings felsőoktatási rangsor értékelési szempontjai, százalékos bontásban

Forrás: Scimago Institutional Rankings (2018) alapján saját szerkesztés



5. ábra

A Top University Rankings felsőoktatási rangsor értékelési szempontjai, százalékos bontásban

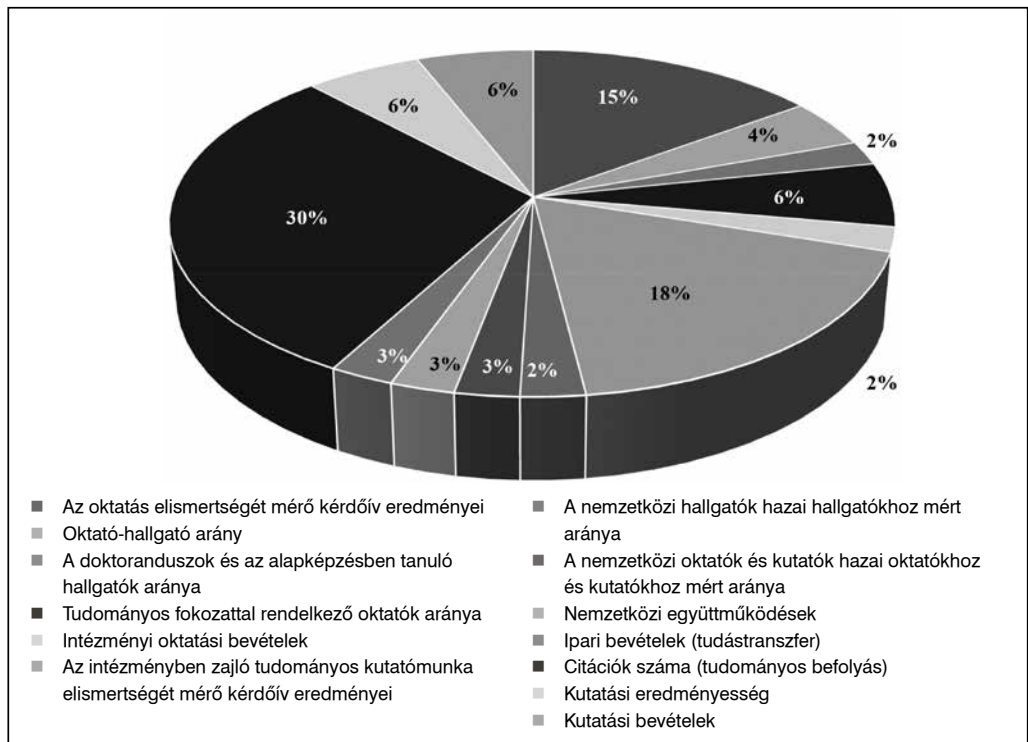
Forrás: Top University Rankings (2018) alapján saját szerkesztés



Rankings is egy igen komplex, számos körülményt szem előtt tartó rangsor, amelyben fontos vizsgálati szempontként jelenik meg a munkaerőpiac visszajelzése az adott intézményben végzett hallgatókról. További fontos elemzési szempont a kar-hallgató arány, amelynek a felsőoktatás tömegessé válása idején kiemelt jelentősége van (Top University Rankings, 2018). Egyértelmű ugyanis, hogy az egy oktatóra eső alacsonyabb hallgatói létszám mellett van reális esély arra, hogy a felsőoktatásban valódi tudásátadás történjen, a képzés eredményesen záruljon és a munkaerőpiac elvárásainak megfelelő tudással hagyják el a hallgatók a képzőhelyet. Mindennek a jelentősége kiemelt az olyan gyakorlat- és laborigényes tudományterületek

esetén, mint amilyen például az agrártudományok területe.

A 6. ábrán bemutatott World University Rankings mérési szempontjai között is hangsúlyosan jelenik meg az oktatás elismertsége, mint mérési és vizsgálati szempont. Ugyanakkor ez a rangsor is komoly figyelmet szentel a felsőoktatási intézményben zajló kutatási tevékenységnek, illetve annak ipari lecsapódására is, amennyiben a tudástranszfer bevételeit is vizsgálják. Ezen a rangsoron továbbá kiemelt figyelem jut a felsőoktatási intézmény oktatói és hallgatói nemzetköziesedtségének is (World University Rankings, 2018), amely szintén a legfrissebb tudás és oktatási módszerek nemzetközi áramlására utaló jelenségek.



6. ábra

A World University Rankings felsőoktatási rangsor értékelési szempontjai, százalékos bontásban

Forrás: World University Rankings (2018) alapján saját szerkesztés



Tekintettel arra, hogy a haza agrártudományi képzőhelyeken kiterjedt kutatói bázisok is működnek, a World University Rankings mérési szempontrendszerrel előnyös lehet a magyar mezőgazdasági felsőoktatási intézmények számára.

A Leiden Ranking készítői a többi rangsorral ellentétben nem közölnek pontos információkat arról, hogy az egyes minősítő kritériumok százalékosan milyen mértékben befolyásolják az egyetem rangsorban elért helyezéseit. Tény ugyanakkor, hogy ennek a rangsornak a készítői is kiemelt figyelmet szentelnek az intézményekben zajló publikációs tevékenységnek: egyfelől mérik az intézmény oktatói és kutatói által jegyzett publikációk számát (a Web of Science adatbázisára támaszkodva), másfelől pedig a publikációk visszhangját is figyelembe veszik, hiszen az intézményhez kötődő közleményekre mutató hivatkozások számát is elemzik (a Science Citation Index Expanded, a Social Sciences Citation Index és az Arts & Humanities Citation Index adatai alapján). Az egyes folyóirat-publikációk minősítését is egy hosszúságú elemzés alapján végzik, amelynek keretében megvizsgálják, hogy az adott tudományág vagy tudományterület mértékadó folyóirataiban milyen gyakorisággal hivatkoznak a vizsgált folyóirat cikkeire. Ráadásul az egyes folyóiratokat rangsorolva (az adott szakterület top 1%-a, top 5%-a, top 10%-a, top 50%-a kategóriákba osztva a periódikákat) az ott megjelent közlemények is eltérő súllyal esnek latba az intézmény tudományos teljesítményének mérése folyamán. Emellett felméri az adott intézmény összes publikációjának számát és az átlagos cikkszámot is, valamint az átlagos idézettségi számot és az átlagos idézettség mértékét is. A Leiden Ranking szerkesztői a vizsgált egyetem oktatói és kutatói által megjelentetett cikkek esetében az intézmény együttműködési hajlandóságát is értékeli. Ennek részeként külön felméri a más felsőoktatási intézményben dolgozó

kutatókkal társszerzőségben jegyzett cikkek számát, a külföldi oktatókkal és kutatókkal közösen megjelentetett cikkek számát, az ipari szereplőkkel együttműködésben publikált közlemények számát is. Az együttműködéseket ráadásul az együttműködő intézmények székhelyei közötti földrajzi távolság alapján is súlyozzák (Leiden Ranking, 2019). A Leiden Ranking szerkesztői emellett igyekeznek figyelembe venni azt a tényt is, hogy a felsőoktatási intézményekben születő publikációk egy része nem angolul jelenik meg. Tekintettel arra, hogy ezeket a publikációkat csak a tudományos közösség kisebbik hányada tudja hasznosítani – és ezáltal hivatkozni –, a Leiden Ranking készítői lehetőséget adnak az intézmények számára, hogy az adatszolgáltatás során ezeket a publikációkat figyelmen kívül hagyják (Waltman et al., 2012).

A U-Multirank módszertanának kidolgozása során alkotóit több gondolat is vezette. Egyfelől deklarálták, hogy a felsőoktatási rangsorok készítésére nincsen egy hivatalos, mindenki által elfogadott testület, akik széleskörű nemzetközi egyetértésen alapuló módszertan alapján értékelnék a felsőoktatási intézmények eredményeit – vagyis nincsenek olyan szervezetek, mint például a nemzetközi sportszövetségek, amelyek egy-egy sportág szabályrendszerét megalkotják és lebonyolítják azokat a versenyeket, amelyek keretében eldőlhet, hogy egy-egy versenyző személy vagy csapat milyen teljesítményt nyújt nemzeti vagy nemzetközi összehasonlásban. A felsőoktatási rangsorok világa pedig, legalábbis a U-Multirank kidolgozóinak szerint csak kevés szempont alapján méri a felsőoktatási intézmények teljesítményét. Az értékelési kritériumok döntő hányada az egyetem tudományos teljesítményét méri, amely azonban nem minden esetben a legfontosabb rangsorlási kritérium: a leendő elsőéves felvételizők számára például az oktatás eredményessége sokkal fontosabb választási kritérium lehet (van Vught et al., 2012). A U-Multirank célja,



hogy olyan intézményeket hasonlítsunk össze, amelyek profilja egymással összevethető, ha ugyanis egy kutatóegyetemet összevetünk egy nagy hallgatói létszám oktatására berendezkedett intézménnyel, akkor a kapott eredmény torzíthat a vizsgált intézmények teljesítményét illetően (Butler, 2010). Mindezek alapján látható, hogy a U-Multirank rangsor szerkesztői számos kritériumot vesznek figyelembe az intézmények teljesítményének értékelése során, amelyek súlyát a felhasználók részben maguk dönthetik el, azaz a rangsor eredményeit személyre szabottan szűrhetik, így pedig a számukra legfontosabb szempontok alapján állíthatóak sorrendbe az egyetemek. A vizsgálati szempontok között szerepel egyebek mellett a hallgatók száma, az elsőéves hallgatók száma, a nemzetközi hallgatók száma, a női hallgatók aránya, az oktatók száma, a képzési idő hossza, a belföldi hallgatók által fizetett tandíjak mértéke, az oktató-hallgató arány, az időben végző hallgatók aránya, a végzett hallgatók körében mért munkanélküliségi ráta, a nemek közti esélyegyenlőség, az intézmény felszereltsége (könyvtár, számítástechnika, laboratórium), a gyakorlati szakemberek bevonása az oktatásba, a nyelvi és egyéb készségfejlesztő laborok rendelkezésre állása, a hivatkozások száma, a publikációk száma, a doktori képzés eredményessége, a kutatási tevékenységből befolyó bevételek, az oktatói és hallgatói mobilitás, a nemzetközi együttműködések, a képzések nemzetköziesedettsége, a felsőoktatási intézmény régiójában kialakított együttműködések, az intézmény régiójáról szóló szakdolgozatok és diplomadolgozatok, a közös publikációk, a tudástranszfer és számos további értékelési szempont (U-Multirank, 2019).

A fentiek alapján megállapítható, hogy a különböző felsőoktatási rangsorok igen egyedi mérési kritériumok alapján rangsorolják a világ felsőoktatási intézményeit. A kritériumok között szó szerinti egyezés egyáltalán

nem volt kimutatható. Természetesen lehet azonban a kritériumokat csoportosítani.

A különböző rangsorok visszatérő elemzési szempontja az egyes intézményekben dolgozó oktatók és kutatók által publikált tudományos közlemények számának értékelése. A rangsorok tekintélyes hányada emellett igyekszik az egyes folyóiratokat is kategorizálni és ennek alapján meghatározni az egyes publikációk értékét. Ez egyes tudományterületeken könnyebben elvégezhető, például ahol a folyóiratok tudományos értékét impaktfaktorról fejezik ki, míg más esetekben ez nehezen kivitelezhető. A megjelent publikációkat több esetben az adott intézmény oktatói-kutatói személyi állományának nagyságához is mérik, ezzel arányosabbá téve az egyetemek teljesítményét.

A rangsorok másik visszatérő eleme az intézményben dolgozó oktatók és kutatók által jegyzett publikációkra mutató hivatkozások mérése. Ezzel azt fejezik ki a rangsorok szerkesztői, hogy a tudományos eredmények visszhangja nagy jelentőséggel bír. A rangsorok jellemzően a citációkat is annak megfelelően súlyozzák, hogy azok milyen minősítettséggel bíró folyóiratokból mutatnak az adott intézmény irányába.

Több rangsor foglalkozik az intézményekben tanuló vagy ott végzett hallgatókkal. Ebben a körben elemezni szokás a hallgatók számát, összetételét – például a nők vagy a külföldiek arányát a teljes hallgatói tömegben belül –, az oktató-hallgató arányt és a végzett hallgatók eredményeit is.

Az intézmény működésével kapcsolatos számos mérési kritérium ismertté vált az előbbieken. A rangsorok készítői figyelmet szentelnek az intézmények nemzetközi együttműködéseire (beleértve ebbe a közös publikációkat, az oktatói mobilitást, a kutatási kooperációt), vállalati kapcsolataira vagy költségvetési szerkezetére.

Az agrártudományok a tudományterület speciális jellege miatt különös figyelmet ér-

demelnek az egyes rangsorok készítői esetében. A tudományterületre jellemző informális tudásátadás miatt a formális oktatás hiába tekint vissza több évszázados történelmre, még ma sem nyert egyértelműen teret a pusztán tapasztalati jellegű tudásáramlással szemben. Ehhez mérten a felsorolt felsőoktatási rangsorok csak korlátozottan képesek olyan intézmények erősségeit mérni, amelyek számára az oktatás, mint a tudás átadásának folyamata kerül előtérbe a tudományos kutatással szemben. Természetesen az agráriumot érintő globális kihívások megoldása elképzelhetetlen a legfrissebb elérhető tudás és technológia megfelelő szintű alkalmazása nélkül, azonban a felsőoktatási intézmények egy részének nem az új felfedezések megtétele lenne az elsődleges feladata, hanem a már rendelkezésre álló korszerű tudás átadása az elérhető legmodernebb eszközök és módszerek alkalmazásával. Azt a tanítási folyamatot azonban, amelyet ezek az intézmények végeznek, az ismertetett, globális jelentőséggel bíró felsőoktatási rangsorok csak korlátozott mértékben képesek figyelembe venni. Egy-egy nagy horderejű felfedezés megváltoztathatja egy egész tudományterület arculatát, azonban a gyakorlati szakembereknek ezt sikeresen el kell tudniuk sajátítani a formális képzések során. Ehhez pedig kiemelkedő oktatási munkára van szükség – természetesen az oktatók részéről megjelenő magas szintű tárgyi tudással egyetemben.

Összefoglalás

Összességében megállapítható, hogy nehéz egy konkrét kritériumrendszer kiválasztani, amely igazságosan, objektíven és minden szempontot kellő súllyal figyelembe véve értékeli a felsőoktatási intézmények teljesítményét. Az intézmények számára komoly kihívást jelent, hogy teljesítményüket a vizsgálati

kritériumoknak szempontjából leginkább optimális módon nyújtsák. A vizsgált kritériumok egy része ráadásul az intézményektől függetlenül alakul: a citációk számának alakulása vagy az intézményhez kapcsolódva elnyert rangos nemzetközi tudományos díjak beszámítása értékes lenyomatot ad az egyes intézmények nemzetközi megbecsültségéről.

A rangsorok egy része több al-rangsorral is rendelkezik, amelyek szűkebb kritériumok szerint próbálják sorrendbe állítani az intézményeket. Ilyen rangsorok lehetnek például egyes kontinensek, országcsoportok intézményeinek listái, vagy az egyes tudományágak, tudományterületek nemzetközi intézményi sorrendjei is. Más rangsorok a felhasználók számára biztosítanak nagyobb fokú személyre szabhatóságot annak érdekében, hogy a számukra legfontosabb szempontok szerint rendezhessék sorrendbe a felsőoktatási intézményeket.

Látható ugyanakkor, hogy a nemzetközi versenyt komolyan vevő, magas fokban nemzetköziesedett felsőoktatási intézmények javarészt a listák élmezőnyében találhatóak – ha nem is globális összevetésben, de saját szűkebb földrajzi régiójuk esetében mindenképpen. A nemzetközi láthatóság a sikeres nemzetköziesedés és nemzetköziesítés egyik záloga lehet, ennek mérésére pedig a nemzetközi felsőoktatási rangsorok többé-kevésbé alkalmasnak tűnnek. Drasztikusan megfogalmazva: a ma ismert legfontosabb rangsorok kritériumai mentén kell sikeresnek lennie azoknak az intézményeknek, amelyek célja a nemzetköziesedés magas fokának elérése. Az, hogy a nemzetközi rangsorpozíciók mennyire befolyásolták a Magyarországon tanuló külföldi hallgatók intézményválasztását, a kérdőíves felmérés eredményeire alapozva is láthatóvá válik a doktori értekezés későbbi fejezetében.



Köszönetnyilvánítás



„EMBERI ERŐFORRÁSOK
MINISZTERISÉG”
AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERISÉ-
RIUMA ÚNKP-18-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI
KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL
KÉSZÜLT”

Felhasznált irodalom

Academic Ranking of World Universities (2018): <http://www.shanghairanking.com/ARWU-Methodology-2017.html> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 04.

Antikainen, A. (2006): In search of the Nordic model in education. *Scandinavian Journal of Educational Research*, Vol. 50, No. 3. pp. 229-243.

Aydin, O. T. (2013): A literature review of the university choice process: models, choice determinants, influential factors and a conceptual framework for Turkey. In: Elmas, M. (szerk.): *International Conference on Quality in Higher Education 2013 Proceedings Book*, Sakarya. pp. 57-72.

Ball, S. J. – Davies, J. – David, M. – Reay, D. (2002): ‘Classification’ and ‘Judgement’: social class and the ‘cognitive structures’ of choice of higher education. *British Journal of Sociology of Education*, Vol. 23, No. 1. pp. 51-72.

Basso, A. – Cardin, M. – Giacometti, A. – Mio, C. (2017): Sustainability indicators for university ranking. Working Papers, Department of Economics, Ca’ Foscari University of Venice, No. 18/WP/2017, Venice.

Böcskei E. – Bács Z. – Kovács B. – Tarnóczy T. – Fenyves V. (2018): Intézményi szolgáltatásokról a külföldi hallgatók szemével – mitől lesz egy intézmény multikulturális? *International Journal of Engineering and Management Sciences*, Vol. 3, No. 4. pp. 343-363.

Butler, D. (2010): University rankings smarten up. *Nature*, 464, 16-17, 2010. Forrás: <https://www.nature.com/news/2010/100303/full/464016a.html> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 04. 02.

Clark, B. R. (1983): *The Higher Education System. Academic Organization in Cross-National Perspective.* University of California Press, Berkeley – Los Angeles, 1983.

Clarke, M. (2002a): Some Guidelines for Academic Quality Rankings. *Higher Education in Europe*, Vol. 27, No. 4. pp. 443-459.

Clarke, M. (2002b): Quantifying Quality: What can the U. S. News and World Report rankings tell us about the quality of higher education? *Education Policy Analysis Archives*, Vol. 10, No. 16. p. 20.

Csató L. (2013): Rangsorolás páros összehasonlításokkal. *Közgazdasági Szemle*, Vol. 60, No. 12. pp. 1333-1353.

Csuka Gy. – Banász Zs. (2014): Lehetőségek és döntések – a felsőoktatási intézményválasztási szempontok változása. *Educatio*, Vol. 23, No. 4. lapszám. pp. 616-631.

Dill, D. D. – Soo, M. (2005): Academic quality, league tables, and public policy: A cross-national analysis of university ranking systems. *Higher Education*, Vol. 49, No. 4. pp. 495-533.

Fábrí Gy. (2008): Magyar felsőoktatási rangsorok – tíz év tükrében. Hozzászólás Török Ádám cikkéhez. *Közgazdasági Szemle*, Vol. 55, No. 12. pp. 1116-1119.

Fábrí Gy. (2014): Legyőzik az egyetemi rangsorok a tudás világát? *Educatio*, Vol. 23, No. 4. pp. 590-599.

Fábrí Gy. (2016): A legjobbak választása – minőségelvű hallgatói rangsor. Working Papers in University Rankings Nr. 9, 2016. január. 14-15.

Fuller, W. C. – Manski, C. F. – Wise, D. A. (1982): New evidence on the economic determinants of postsecondary schooling choices. *The Journal of Human Resources*, Vol. 17, No. 4. pp. 477-498.

Grewal, R. – Dearden, J. A. – Lilien, G. L. (2008): The University Rankings Game: Modeling the Competition among Universities for Ranking. *The American Statistician*, Vol. 62, No. 3. pp. 232-237.



Hazelkorn E. (2012): Striving for World Class Excellence: Rankings and Emerging Societies. In: Araya, D. – Marber, P. (szerk.): Higher Education in the Global Age: Universities, Interconnections and Emerging Societies. Routledge, London, 2012.

Jongbloed, B. – Enders, J. – Salerno, C. (2008): Higher education and its communities: Interconnections, interdependencies and a research agenda. Higher Education, Vol. 56, No. 3. pp. 303-324.

Jovanovic, M. – Jeremic, V. – Savic, G. – Bulajic, M. – Martic, M. (2012): How does the normalization of data affect the ARWU ranking? Scientometrics, Vol. 93, No. 2. pp. 319-327.

Leiden Ranking (2019): <http://www.leidenranking.com/information/indicators> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 24.

Marginson, S. (2010): The Rise of the Global University: 5 New Tensions. The Chronicle of Higher Education, 2010. 05. 30. Forrás: <https://www.chronicle.com/article/The-Rise-of-the-Global/65694> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 16.

McAleer, M. – Oláh, J., Popp, J. (2018): Pros and cons of the impact factor in a rapidly changing digital world. Journal of Reviews on Global Economics, 2018, 7. pp. 280-296.

Meredith, M. (2004): Why do universities compete in the ratings game? An empirical analysis of the effects of the U. S. News and World Report college rankings. Research in Higher Education, Vol. 45, No. 5. pp. 443-461.

Performance Ranking of Scientific Papers for Research Universities (2018): <http://nturanking.lis.ntu.edu.tw/BackgroundMethodology/Methodology-enus.aspx> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 04.

Polónyi I. – Szilágyi E. (2008): Felsőoktatási privatizáció, felsőoktatási vállalat vagy vállalkozó felsőoktatás? Közgazdasági Szemle, Vol. 55, No. 3. pp. 262-277.

Popp, J. – Balogh, P. – Oláh, J. – Kot, S. – Harangi-Rákos, M. – Lengyel, P. (2018): Social network analysis of scientific articles published by Food Policy. Sustainability 2018, 10, 577. pp. 1-20.

Reay, D. – David, M. – Ball, S. (2001): Making a difference?: Institutional habituses and higher education choice. Sociological Research Online, Vol. 5, No. 4. pp. 1-12.

Scimago Institutional Rankings (2018): <https://www.scimagoir.com/methodology.php> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 04.

Simões, C. – Soares, A. M. (2010): Applying to higher education: information sources and choice factors. Studies in Higher Education, Vol. 35, No. 4. pp. 371-389.

Sipos N. (2015): Diplomás pályakövetés, mint az adatalapú döntéshozatal eszköze és megvalósítási formái. Munkaügyi Szemle, Vol. 2015, No. 4. pp. 10-30.

Telcs A. – Kosztyán Zs. T. – Török Á. (2013): Hallgatói preferencia-sorrendek készítése az egyetemi jelentkezések alapján. Közgazdasági Szemle, Vol. 60, No. 3. pp. 290-317.

Top University Rankings (2018): <https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings/methodology> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 04.

Török Á. (2006): Az európai felsőoktatás versenyképessége és a lisszaboni célkitűzések. Mennyire hihetünk a nemzetközi egyetemi rangsoroknak? Közgazdasági Szemle, Vol. 53, No. 4. pp. 310-329.

Török Á. (2008): A mezőny és tükörképei. Megjegyzések a magyar felsőoktatási rangsorok hasznáról és korlátairól. Közgazdasági Szemle, Vol. 55, No. 10. pp. 874-890.

Török Á. – Nagy A. M. (2014): A verseny formái, szereplői és érdekeltjei a felsőoktatási piacon. Educatio, Vol. 23, No. 4. pp. 567-582.

Usher, A. – Medow, J. (2009): A global survey of university rankings and league tables. In: Kehm, B. M. – Stensaker, B. (szerk.): University Rankings, Diversity, and the



New Landscape of Higher Education. Sense Publishers, Rotterdam.

U-Multirank (2019): <https://www.umultirank.org/about/methodology/indicators/> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 24.

Van Vught, F. A. – Westerheijden, D. F. – Ziegele, F. (2012): Introduction: Towards a New Ranking Approach in Higher Education and Research. In: van Vught, F. A. – Ziegele, F. (szerk.): Multidimensional Ranking. The Design and Development of U-Multirank. Springer, Heidelberg.

Wagner, K. – Fard, P-Y. (2009): Factors influencing Malaysian students' intention to study at a higher educational institution. E-Leader, Kuala Lumpur.

Waltman, L. – Calero-Medina, C. – Kosten, J. – Noyons, E. C. M. – Tijssen, R. J. W. – van Eck, N. J. – van Leeuwen, T. N. – van Raan, A.

F. J. – Visser, M. S. – Wouters, P. (2012): The Leiden Ranking 2011/2012: Data Collection, Indicators, and Interpretation. Journal of the American Society for Information Science and Technology, Vol. 63, No. 12. pp. 2419-2432.

Webometrics (2018): http://www.webometrics.info/en/current_edition Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 04.

Webster, D. S. (1985): How not to rank universities? Higher Education, Vol. 14, No. 1. pp. 101-109.

Webster, D. S. (1986): Academic Quality Rankings of American Colleges and Universities. Charles C. Thomas, Springfield.

World University Rankings (2018): <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/methodology-world-university-rankings-2018> Utolsó letöltés dátuma: 2019. 03. 04.





Tejágazatban érintett vállalkozások IKT irányultsága – vezetői vélemények alapján

Kovács Evelin

Bevezetés

1.1 Az IKT szektor nemzetgazdasági jelentősége

Az IKT-műveltséget illetően, nincs egységes fogalmi meghatározás. „Infokommunikáció bevett kifejezésként, egy gyűjtőfogalom a napjainkban információ továbbításra használt informatikai és elektronikus hírközlési technológiára. Egy állami stratégia értelem-szerűen e technológiacsoport azon tulajdonságait és sajátosságait igyekszik erősíteni, illetve kiaknázni, amelyek pozitív gazdasági és társadalmi hozadékkal járnak (NIS, 2014)”. A technológia robbanásszerű fejlődésének vonzata az információs és kommunikációs eszközök, programok, alkalmazások fejlesztése. Az IKT- műveltség felértékelődött. Az IKT –műveltség nem csak a számítógépek és a mobil eszközök fejlődését jelenti, hanem a felhasználók digitális eszközismeretét, szoftverek ismeretét, a kognitív képességeket és a felelősségteljes használatát jelenti. Az IKT-komponensek használata pedig beleivódik a 21. század mindennapjaiba. Ma már fontos az oktatásba is bevonni az infokommunikációs eszközismeretet. Fontos továbbá az egyének számára, a vállalkozások számára,

valamint a közigazgatási ügyvitel szempontjából, hiszen a mindennapi életet behálózza. (TONGORI, 2012). Eszközök, szolgáltatások, kompetenciák hozzájárulnak a vállalkozások versenyképességéhez és hatékonyságuk javulásához. Az IKT-szektor, az infokommunikációs és IT ipar a magyar GDP mintegy 12%-át teszi ki. Nemzetközi szinten alacsony a magyar lakosság és a kkv-k körében az infokommunikációs eszközök tudatos használata. Viszont a „digitális ökoszisztéma” mára már Magyarországon is kialakult, melynek lényege, hogy a felhasználók és eszközök milliói legyenek összekapcsolva egyre nagyobb kapacitású hálózatokkal és egyre összetettebb elektronikus szolgáltatásokkal. Ma már az élet minden területén digitális társadalommal találjuk szembe magunkat (NIS, 2014).

A digitális ökoszisztéma részét alkotják az állami intézmények, nagyobb vállalkozások és a KKV-k mintegy kétharmada, illetve a társadalomnak több mint fele. Az infokommunikációs ágazat fejlődése szerepet játszott a gazdaság növekedésében, a foglalkoztatottság növekedésében, a vállalkozások hatékonyságának javulásában. Hosszú távon növeli a gazdaság növekedési potenciálját.



Makrogazdasági értelemben öt területen azonosították az IKT fejlődés hatásait:

1. hozzájárulás a gazdasági növekedéshez
2. hozzájárulás a termelékenység növekedéséhez
3. hozzájárulás a foglalkoztatottság növekedéséhez
4. fogyasztói hozzáadott érték létrehozása
5. vállalkozások hatékonyságának növekedése, a közigazgatási és közszolgáltatási folyamatok javulása (NIS, 2014).

A digitális ökoszisztéma fejlődési ütemét, irányát elsősorban a piaci viszonyok befolyásolják, a fejlődés menete, gazdasági és versenyképességi előnyök kihasználása, esélyegyenlőség fenntartása és a veszélyek elhárítása. Mindez úgy valósulhat meg, ha az állam folyamatosan monitorozza a rendszert. Továbbá a kompetenciák, korlátozott anyagi erőforrás ne korlátozza a társadalom kapcsolódását az információs társadalomhoz. A digitális gazdaság alapfeltétele, hogy a vállalkozások, magas hozzáadott értéket előállító állami szervezetek, non-profit vállalkozások informatikai fejlesztései megvalósuljanak, megkapják a szükséges digitális tartalmat, innovatív alkalmazásokat, programokat (NIS, 2014; OECD, 2010).

1.2 Információs és kommunikációs eszközhasználat a magyar vállalkozások tekintetében

A Központi Statisztikai hivatal 2015-ben végzett felmérése alapján a hazai vállalkozások mintegy 93%-a használ számítógépet, és 90%-a internethasználó. Az uniós átlag 97-98%. Az internetkapcsolattal rendelkező országok 98%-a szélessávú internetet használ, ahogyan a hazai vállalkozások mindegyike. Területi megoszlás alapján a Közép-Dunántúlon a legmagasabb (95%) a számítógépet használó vállalkozások száma. Az internethasználat Észak-Magyarországon volt a legmagasabb a vállalkozásokat tekintve. A foglalkoztatási formák megváltozásának köszönhetően

nőtt a hordozható számítógépek száma, egyre többen vállalják az otthoni munkavégzést. A honlappal rendelkező vállalkozások aránya EU-28 átlagában 75%, Magyarországon ez az arány 64%. Az Európai Unió vállalkozásainak mintegy 21%-a alkalmazott informatikai szakembereket, Magyarországon ez az arány 28%. Az infokommunikációs technológia elterjedésének feltétele, hogy az alkalmazottak is képzettek legyenek, rendelkezzenek a szükséges digitális képességekkel. A vállalkozások körében a különböző közösségi média eszközei közül a közösségi oldalak használata a legelterjedtebb. Napjainkban a vállalkozások működésében is nagyon fontos szerepe van a közösségi médiának. Elsődleges cél a fogyasztókkal való kapcsolatfelvétel és kapcsolattartás. Elérhetőek olyan szolgáltatások a felhasználók számára, amelyek lehetőséget adnak különböző multimédiás fájlok, dokumentumok feltöltésére, személyes profil létrehozásával bármikor elérhető az úgynevezett „cloud computing” felhőalapú szolgáltatásoknak köszönhetően. A nemzetgazdasági ágak közül a szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás és az információ, kommunikáció ágba tartozó vállalkozások használtak legnagyobb arányban közösségi média eszközt. A felhőalapú szolgáltatásokat az országok többsége elsősorban e-mailezésre és fájlok tárolására használják. A hazai vállalkozásoknál még mindig alacsony az ERP – vállalati erőforrás-tervező rendszerek, valamint a CRM – ügyfélkapcsolat-kezelő rendszerek alkalmazása. Főként az energiaipari, információ, kommunikáció nemzetgazdasági ágazatba tartozó vállalkozásoknál jellemző az információs rendszerek használata. Vállalkozás mérete alapján az ERP rendszereket, valamint a CRM rendszereket főként a nagyvállalatok használják ügyfél-információ gyűjtése, valamint az ügyfél-információk marketing célú felhasználása céljából. A vállalkozások 84%-a intézi teljes körűen a közigazgatási ügyeit online, a banki tranzakciókkal együttvéve (KSH, 2016).



1.3 IKT az agráriumban

Az IKT fontos eszköze lehet a hatékony mezőgazdaságnak. A digitális korszak vagy az információs korszak kiemelkedő befolyást gyakorol az agráriumba. Az új kihívások sok olyan kérdést vetnek fel, amelyek között szerepel az élelmiszerek globalizációja, a mezőgazdasági ágazati versenyt erősítő piacok, gazdaságok termelékenységének és versenyképességének, a termelői és a behozatali árak emelkedése, az éghajlatváltozás stb. A mezőgazdaság kulcsfontosságú szerepet tölt be a gazdasági és társadalmi stabilitás megőrzésében a környezet fenntartható fejlődésében. Az IKT-használat közvetetten befolyásolja a gazdálkodók hatékonyságát, a termelésükkel hozzájárulnak egy „intelligensebb”, hatékonyabb és fenntarthatóbb mezőgazdasághoz. Számos olyan IKT-alapú szolgáltatás létezik, amely segíti a vállalkozókat a pénzgazdálkodásban, a mezőgazdasági földhasználat optimalizálásában, de ilyenek a precíziós mezőgazdasági alkalmazások, és más IKT-alapú szolgáltatások és egyéb szoftverek (SD, 2013; SD 2015).

1. Anyag és módszer

A Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézetének kutatásába bekapcsolódva a vállalkozások körében az információáramlást segítő IKT szolgáltatások használati szokását vizsgáltam. A felmérést kis- és középvállalkozások körében végeztem. A kiértékelést SPSS statisztikai programmal végeztem. Alapvető statisztikai számítások mellett alkalmaztam varianciaanalízist, post hoc tesztet, klaszteranalízist, lineáris korreláció vizsgálatot. A vállalkozásokat három szempont alapján csoportosítottam. Az első csoportosítás a vállalkozások IKT-használat fejlettségére irányult, így megkülönböztethetünk fejlődő

és fejletlen IKT-használattal rendelkező vállalkozásokat. A vállalkozások Likert skálán (1-5) értékelték, hogy mennyire tartják fontosnak az információs és kommunikációs technológiák használatát. Ezek alapján az egyik vállalati csoport nem tartja fontosnak, és másik pedig fontosnak tartja az IKT használatát. A harmadik szempont a megtérülési színvonal, mint vállalati jellemző, amely alapján a vállalkozásokat csoportosítottam. Megfelelő illetve nem megfelelő megtérülési színvonalal rendelkező vállalkozások csoportját képeztem.

2. Eredmények

A vállalkozásokat elsőként az IKT technológia értékelése alapján soroltam két csoportba. A vállalkozások megkülönböztetése végett klaszteranalízist végeztem. Megkülönböztetünk fejlődő és fejletlen IKT-használattal rendelkező vállalkozásokat. A vállalkozások nem egyértelműen sorolhatók két klaszterbe a középponti érték alapján. A vezetők inkább fejlődőnek értékelték magukat. Eredményképp öt vállalkozás tartozik a fejletlen, míg tizenöt a fejlődő vállalkozások csoportjába. A varianciaanalízis szignifikanciája alapján megállapítható, hogy van-e különbség a válaszadók véleménye között. Megvizsgáltam, hogy IKT fejlettség alapján képzett két csoport véleménye alapján lehet-e különbséget tenni a vállalkozások között, hogy hogyan értékelik a partneri kapcsolataikban az internetes megoldások használatát.

Az utolsó oszlopban található szignifikancia mutatja, hogy fejlődő és fejletlen vállalkozások véleménye között eltérés mutatkozik. Az internetes megoldások használatának fontosságát eltérően ítélték meg fejlődő és fejletlen vállalkozások, a kommunikációhoz fűződően. A további szempontokat (adattárolás, adatcsere, logisztika, marketingtevékenység)



IKT fejlettség alapján képzett vállalozási csoportok (fejlődő és fejletlen) véleményének összevetése

Varianciaanalízis		Négyzet- összeg	Szf.	Szórás- négyzet	F próba	Szig.
Kommunikációhoz (Gmail, Skype)	Csoportok között	7,350	1	7,350	5,606	,029
	Csoporton belül	23,600	18	1,311		
	Összes	30,950	19			
Adattároláshoz, adatce- réhez, dokumentumok készítéséhez (Google Drive, Dropbox, iCloud, SkyDrive)	Csoportok között	2,017	1	2,017	1,348	,261
	Csoporton belül	26,933	18	1,496		
	Összes	28,950	19			
Logisztika (Google Maps, GPS alkalmazá- sok, WebEye)	Csoportok között	0,417	1	0,417	0,321	,578
	Csoporton belül	23,333	18	1,296		
	Összes	23,750	19			
Marketingtevékenység- hez (Google Analytics, Facebook, Youtube)	Csoportok között	0,150	1	0,150	0,091	,766
	Csoporton belül	29,600	18	1,644		
	Összes	29,750	19			

Forrás: Saját szerkesztés

vizsgálva az internetes megoldások használatáról megegyezett a véleményük, nem volt szignifikáns eltérés.

A következőkben az internetes megoldások fontossági megítélése alapján képzett két csoport véleményének az összehasonlítása látható. Az egyik csoportba tartoznak azok a vállalkozások, amelyek nem tartják fontosnak, a másik csoportba, pedig amelyek fontosnak tartják az internetes megoldások használatát. A vállalkozások két csoportjának véleménykülönbségét az okozta, hogy eltérő fontosságot tulajdonítottak a partneri kapcsolataikban a kommunikációhoz, a partneri kapcsolataikhoz, illetve a marketingtevékenységekhez fűződően. Viszont a logisztika esetében nem volt szignifikáns eltérés, egyformán fontosnak ítélték meg az internetes megoldások használatát.

A harmadik csoportosítást a megtérülési színvonal értékei alapján végeztem. Megtérülési színvonal alapján képzett két

csoportba tartozó vállalkozások véleménye között nem volt eltérés, ugyanúgy vélekednek az egyes internetes megoldások használatáról.

A vállalkozások értékelték, hogy versenyképesség szempontjából mennyire tartják fontosnak a költségkímélő internetes megoldások használatát, weboldalukon található információk rendszeres frissítését, beszállítók valamint a vevők informatikai infrastruktúrájának fejlettségét, valamint a biztonságos adattárolást az internetes szolgáltatóknál. A 100 és 500 milliós árbevételű vállalkozások válaszaiban már lehet kimutatni különbséget, hogy versenyképesség szempontjából eltérően vélekednek a biztonságos adattárolásról az internetes szolgáltatóknál. A többi lehetőség tekintetében nem volt szignifikáns eltérés a különböző árbevétel kategóriába tartozó vállalkozások véleménye között.

Továbbá feltártam, hogy van-e kapcsolat az IKT fejlettség, internetes megoldások használata, az egyes pénzügyi mutatók, a



2. táblázat

Az internetes megoldások használatának fontossága alapján képzett csoportok véleményének összevetése

Varianciaanalízis						
		Négyzet- összeg	Szf.	Szórás- négyzet	F próba	Szig.
Kommunikációhoz (Gmail, Skype)	Csoportok között	14,450	1	14,450	15,764	,001
	Csoporton belül	16,500	18	,917		
	Összes	30,950	19			
Adattároláshoz, adatcseréhez, dokumentumok készítéséhez (Google Drive, Dropbox, iCloud, SkyDrive)	Csoportok között	16,200	1	16,200	22,871	,000
	Csoporton belül	12,750	18	,708		
	Összes	28,950	19			
Logisztika (Google Maps, GPS alkalmazások, WebEye)	Csoportok között	2,813	1	2,813	2,418	,137
	Csoporton belül	20,938	18	1,163		
	Összes	23,750	19			
Marketingtevékenységhez (Google Analytics, Facebook, Youtube)	Csoportok között	11,250	1	11,250	10,946	,004
	Csoporton belül	18,500	18	1,028		
	Összes	29,750	19			

Forrás: Saját szerkesztés

vállalkozások eredménye és a vállalkozások egyéb jellemzői között (pl. alkalmazottak létszáma). Egyetlen esetben a követelés arányos árbevétel és az IKT fejlettség értékelése között közepesen negatív kapcsolat lelhető fel. Tehát a lineáris korreláció kimutatható, de nagyon gyenge. Azt megválaszolni, hogy mitől függ, további vizsgálatokat igényel.

3. Következtetések

A vállalkozások a megtérülési mutatóik alapján alapvetően a mezőgazdaságban szokásos nagyságrendet mutatják. A 100 és 500 milliós árbevétel kategóriába tartozó vállalkozásoknál már lehet kimutatni különbséget, abban a tekintetben, hogy versenyképesség szempontjából eltérően vélekednek a biztonságos adattárolásról. Az internetes megoldások használatának fontossága alapján el lehet különíteni a két csoportot (akik fontosnak

tartják és akik nem tartják fontosnak). A különböző vizsgált aspektusok (IKT fejlettség, internet használat fontossága, megtérülési mutatók, vállalkozás jellemzői) között lineáris kapcsolat van. Ezek viszont jellemzően gyenge kapcsolatok.

Felhasznált irodalom

KSH (2016): Az infokommunikációs technológiák és szolgáltatások helyzete Magyarországon, 2015. Központi Statisztikai Hivatal, 48 p. Elérhetőség: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/ikt/ikt15.pdf>, letöltés dátuma: 2017.10.10

Nemzeti infokommunikációs stratégia (2014-2020) (2014): Budapest, 133p. Elérhetőség: http://www.kormany.hu/download/a/f7/30000/NIS_v%C3%A9gleges.pdf,



OECD (2010): PISA 2009 Results: What Students Know and Can Do – Student Performance in Reading, Mathematics and Science. I. OECD Publishing, Paris, 276 p.

Science direkt (2015): Procedia Economics and Finance. In: Dynamics of Development in the EU. Elsevier B.V doi: 10.1016/S2212-5671(16)30272-6. pp. 513-520.

Elérhetőség: https://ac.els-cdn.com/S2212567115005523/1-s2.0-S2212567115005523-main.pdf?_tid=5ec1490c-add5-11e7-a15d-00000aacb35e&acdnat=1507651939_e371af4ef6d28ec84eb87b49ccc7ac79

Science direkt (2013): Procedia Technology In: Information and Communication

Technology in Agricultural Development Preface. Published by Elsevier, pp. 1-3. Elsevier B.V doi: 10.1016/j.protcy.2013.11.001. pp. 513-520.

Elérhetőség: https://ac.els-cdn.com/S2212017313000637/1-s2.0-S2212017313000637-main.pdf?_tid=ec70bbfe-add8-11e7-96d8-00000aabb0f27&acdnat=1507653465_f156b8421ed33f0883cb6cf0af5807be

Tongori Á. (2012): Az IKT-műveltség fogalmi keretének változása. SZTE Neveléstudományi Doktori Iskola, 34-47 p.

Elérhetőség: http://epa.oszk.hu/00000/00011/00170/pdf/EPA00011_Iskolakultura_2012-11_034-047.pdf,



A szülőkkel történő ételvásárlás szerepe a magyar fiatalok fogyasztóvá válásának folyamatában

Egyed Szilárd

Bevezetés

Az elhízás, mind az egyes egyének életminőségére gyakorolt hatása, mind pedig az össztársadalmi költségei miatt jelentős közegészségügyi probléma Magyarországon. Ugyanis az OECD legfrissebb adatai értelmében az elhízottak aránya 30% (ez az érték az OECD országok összevetésében a világon a 4. legrosszabb, Európában pedig a legrosszabb) (OECD, 2017), és a problémát súlyosbítja, hogy az elmúlt 20 év alatt közel megduplázódott az elhízott (5-19 év közötti) gyermekek aránya (WHO, 2018).

E területen a javuláshoz erőteljesen hozzájárulna, ha a gyermekek egészséges ételeket fogyasztanának. Emiatt kiemelt jelentőségű eme területen a fogyasztóvá válás folyamatának, valamint az arra ható tényezőknek a vizsgálata. Ennek ellenére azonban felettebb szűk ama hazai és nemzetközi kutatásoknak a köre, amelyek az említett folyamatra ható egyik legfőbb tényezőt, a szülőkkel közösen megvalósított étel-együttvásárlást vizsgálja. Ezért egyrészt ennek a körnek a bővítése a célja e tanulmánynak, másrészt pedig az, hogy hozzájáruljon a magyarországi helyzet – és hatásmechanizmusok – pontos feltárásához,

és eme ismeretek birtokában mind a szülők, mind pedig a közegészségügyi szakemberek megtehessek majd a megfelelő lépéseket a gyermekek egészségügyi állapotának, helyzetének a javítása érdekében. Eme cél elérése okán a kutatás kvalitatív technikákkal tárja fel azokat a tevékenységeket, amelyeknek keretében megvalósul az étel-együttvásárlás, továbbá azt, hogy e tevékenységeket milyen felkészülés, tervezés előzi meg, valamint az együttvásárlás során milyen – vásárlással kapcsolatos – interakciók játszódnak le a résztvevők közt, és végül, de nem utolsósorban, hogy milyen termékek kerülnek megvételre (különös tekintettel azok egészséggel kapcsolatos jellemzőire).

Szülői érték- és mintaátadási megoldások

A legfőbb érték- és mintaátadó szereplők (szülők (család), barátok (és a korcsoport egyéb tagjai), az iskola és a (tömeg)média (beleértve az internetet is)) tekintetében egy adott gyermek ételfogyasztói szokásai kialakulásának és fogyasztóvá válásának a folyamatára a legnagyobb hatással a szülők vannak (Cai et al., 2015; Pedersen et al., 2015).

Eme folyamatra a szülők alapvetően 3 esz-



közrendszerrel hathatnak. Ez a 3 pedig a nyomásgyakorlás, a mintaátadás, valamint az önállóság támogatása (Vaughn et al., 2016).

A nyomásgyakorlás a gyermektől elvárt viselkedés kikényszerítését lehetővé tevő eszközöket foglalja magába. Eme eszközök közé tartozik az adott étel elfogyasztását célzó szóbeli kényszerítés, a korlátozás, a fenyegetés és a megvesztegetés (Larsen et al., 2018).

A mintaátadás a gyermek – étkezéssel és ételekkel kapcsolatos – otthoni környezetének kialakítását jelenti. Ebbe a környezetbe beletartoznak a szülői/családi ételvásárlási, ételkészítési és étkezési szokások/minták/modellek, valamint gyerek számára otthon hozzáférhető és elérhető konkrét ételek (Musher-Eizenman et al., 2018).

Az önállóság támogatása a gyermek függetlenségének és saját döntéseinek elősegítését, bátorítását, valamint ösztönzését jelenti. Eme támogató magatartás keretében a szülők konkrét étel- és ételfogyasztási ismereteket adnak át a gyerekeiknek, érvalapú tárgyalásokat folytatnak velük az ételekre, az ételbeszerzésre és az ételek előállítására vonatkozóan. Továbbá bevonják őket az ezeket érintő döntésekbe, döntések végrehajtásába, valamint ösztönzik őket, hogy önálló döntéseket hozzanak és hajtsanak végre (Pratt et al., 2017). Eme támogatásnak egyik legfőbb célja az élelmiszervásárlás megvalósítása (és ezen keresztül a saját tapasztalatok gyűjtése).

A longitudinális kutatások arra az eredményre vezettek, hogy az önálló megtapasztalás, valamint az utánzás jelentősen erősebb és maradandóbb hatású, mint a verbális tanulás (Pedersen et al., 2016; DeCosta et al., 2017), sőt csupán magának az egészséges ételek ismeretének nincs is érdemi hatása az egészséges(ebb) étkezésre (Inhulsen et al., 2017).

Továbbá a szülői szándék – viselkedési rés vizsgálata rávilágított, hogy az érték- és mintaátadás szempontjából nem az a fontos, hogy a szülő mit mond, hanem az, milyen modellt/mintát képez (Zarychta et al., 2016).

Az előzőek okán kijelenthető, hogy az ételek területén a fiatalok fogyasztóvá válásának a folyamatára az egyik legfőbb és legmaradandóbb hatást a szülőkkel közösen megvalósított étel-együttvásárlások fejtik ki.

A nemek szerepe a fogyasztóvá válás folyamatában

A nemek – fogyasztóvá válás folyamatára kifejtett – hatásának megértése érdekében célszerű az „otthoni étel” jelentését elemeire bontani. Ennek megfelelően az étel egyrészt magába foglalja a mindennapi ételmet, aminek a létfenntartás a célja, és ezért valójában nincs külön üzenete. Másrészt tartalmaz egy szimbolikus értelmezést is. Ez a szimbolikus jelentés kifejezi az együtt étkezők közötti kapcsolatot, és ennek megfelelően az együttlétkezés legfőbb célja a kapcsolat erősítése (Ochs és Shohet, 2006). Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy az egyedül megvalósított, érzelmek generálta „étkezésnek” is eme utóbbi a célja (önmaga megnyugtatása, azaz az egyén és önmege között fennálló állapot stabilizálása (kapcsolat erősítése)).

Továbbá az „otthoni étel” jelenti magát a folyamatot is, amely magába foglalja az adott étkezés konkrét ételeinek megtervezését (beleértve a hozzá kapcsolódó vásárlói lista összeállítását), a szükséges ételek/élelmiszerek/ételalapanyagok beszerzését, valamint az étel elkészítését.

Az „otthoni étel” bármely jelentése és értelmezése esetében a családon belül a legfőbb érték- és mintaátadó az anya. Egyrészt ő irányítja az ételvásárlási folyamatokat, továbbá leggyakrabban ő az, aki elkészíti (megfőzi) a család számára az ételeket (Bouhhal et al., 2015; Johnson et al., 2015).

Az X és az Y generáció férfijai között egyre növekszik azok aránya, akik rendszeresen főznek, és egyre csökken eme viszonyszám a nők körében, azonban a férfiak és a nők közötti különbségek továbbra is markán-



sak (Smith et al., 2013). Ennek háttérében az húzódik meg, hogy a nők és a férfiak „otthoni étellel” kapcsolatos attitűdjei és magatartása alapvetően különbözik. Ugyanis amíg a férfiak a „létfenntartó élelem” megszerzését/ előállítását – a legtöbb esetben – házimunka jellegű feladatként értelmezik és negatívan élik meg, addig a nők számára a „mindennapi étel” megteremtése az esetek számottevő részében messze több mint egyszerű feladat. Ez ugyanis lehetőség számukra a gyerekekkel közösen megélt élményekre, kellemes időtöltésre, azaz nem feladat, hanem kapcsolaterősítő tevékenység.

A gyerekek az életkoruk előrehaladtával egyre nagyobb arányban (és időintervallumban) vesznek részt az „otthoni étel” folyamatában, ugyanakkor a lányok mindvégig jelentősen nagyobb értékekkel jellemezhetők, mint a fiúk.

Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy amíg az együttfőzés esetében – szinte – minden gyermek kellemes időtöltésként éli meg a tevékenységet (Laska et al., 2016), addig az ételek/élelmiszerek/ételalapanyagok beszerzését a fiúk megvalósítandó feladatként értelmezik, és – szinte – csak a lányok élik meg kapcsolaterősítő tevékenységként. Emiatt az anyák nagyobb rendszerességgel valósítják meg az együtt vásárlást a lányaikkal, mint a fiaikkal. Ennek ellenére azonban az ételvásárláskor (hétvégi nagybevásárláskor) a szülők gyakorta mégis magukkal viszik a fiúkat is, mert nem tekinthetnek el a jelenlétüktől (pl. szükségük van a gyerekekre mint segítségnyújtóra (Larson et al., 2006), illetve másként a gyerekfelügyelet nem oldható meg).

Emellett a fiúk az „otthoni étel” esetében gyakorta önként lemondanak az önálló döntés lehetőségéről (azt eszik, ami van otthon), ezért a szülők gyakorlatilag kockázat nélkül támogathatják a szuverenitásukat. Ezzel szemben a lányok tekintetében – mivel ők szeretnek vásárolni – az együttvásárlást helyezik előtérbe, továbbá eme utóbbi csoport esetében

a nyomásgyakorlás is nagyobb hangsúlyt kap, miközben a szülők igyekeznek minimalizálni az önálló pénzkezelést (Neeley, 2005; Minahan és Huddleston, 2013).

A fiatalok visszahatása

Az elmúlt évtizedekben alapvető családi strukturális változások mentek végbe. Ilyen változás volt pl. az egy szülőre jutó kevesebb gyerek, valamint a gyerekvállalás idejének a kitolódása. Ezek a változások egyrészt a családi jövedelmi helyzet javulásához, valamint a gyerek(ek) és a szülő(k) közötti érzelmi kapcsolat erősödéséhez vezettek el. A jobb jövedelmi helyzet, az erősebb érzelmi kötődés, valamint a gyerekek – előző generációnál szélesebb körű (pl. technikai/technológiai) – ismeretei és tudása azt eredményezte, hogy a fiatalok egyre nagyobb befolyásoló erővel bírnak a családi fogyasztási döntéseket illetően (Ekström, 2011; Shim et al., 2011). A megnövekedett befolyásoló erejüket jól szemlélteti, hogy még a szülők számára vásárlandó termékek kiválasztásában is fontos szerepet játszanak (Ruvio et al., 2013). Emellett pedig közösségi/környezeti, kulturális (pl. a család számára új ételek, ételalapanyagok) és technikai/technológiai (pl. új ételkészítési eljárások) innovációkat hoznak be a család életébe (Lobet és Cavalcante, 2014). Mindezt úgy teszik, hogy eme innovációk (innovatív eljárások, termékek és szolgáltatások) területén a fiatalok érték- és mintaátadóként lépnek fel, mivel jelentősen nagyobb (technikai/technológiai) ismeretekkel és jártassággal rendelkeznek, mint az őket nevelni akaró szüleik (Watne et al., 2011).

Ez az egyre növekvő befolyásoló erő a szülő – gyerek permanens kölcsönhatás eredménye (McNeal, 2007), ugyanis eme kölcsönhatás során az eredetileg mintaátvevő személy – a szülői válaszreakciók függvényében – kifejleszti és folyamatosan teszteli a saját eszközrendszerét (Othman et al., 2013).

Az eszközrendszer alapvetően két megoldáscsoportból épül fel. Az egyik csoportba a pozitív interakciók, azaz a szülővel való együttműködést biztosító tevékenységek (pl. az információs szolgáltatás, a logikus érvelésen alapuló meggyőzés, az együttműködés-orientált tárgyalás és maga az együttműködés (tevékenységek közösen történő megvalósítása) stb.) sorolhatók, a másikba pedig a nyomásgyakorlás (konfrontáció) eszközei (pl. kérés/könyörgés, az érzelemalapú nyomásgyakorlás (érzelmi zsarolás) és a veszekedés stb.) (Bodkin et al., 2013).

A szülő – gyermek kapcsolatrendszer jellemzői okán a szülők az együttműködést biztosító tevékenységek irányában mutatnak jelentősen nagyobb nyitottságot, és eme tevékenységek megvalósítását ösztönzik (Othman et al., 2013), ennek megfelelően a gyerekek is nagyobb befolyásoló erőre tesznek szert, ha ezeket a tevékenységeket részesítik előnyben.

Végül, de nem utolsó sorban meg kell jegyezni, hogy a gyermekek nem csupán eltérítő (pl. innovatív célzatú), hanem „viszszatérítő” hatást is kifejtenek, azaz gyakorta érték-, minta- és szabályvédőként lépnek fel. (Pl. amikor a szülő a saját szabályai által indokoltól eltérően kíván cselekedni, a gyermek figyelmezteti a szabályok szerinti helyes magatartás megtételére (szemléltetésül: ha az anya kényelmi szempontok miatt az egyik üzletben akarja megvenni a mosópert, miközben egy másikban ugyanaz akciósan kapható) (Roberti, 2014).)

Kutatás

Kutatási kérdések

A korábbiak során említett kutatási cél okán a tanulmány a következő kérdéseket, kérdésköröket vizsgálja:

K1: Milyen tevékenységek keretében valósult meg az étel-együttvásárlás?

K2: Mekkora felkészülés előzte meg az étel-együttvásárlást?

K3: Az étel-együttvásárlás során milyen – vásárlással kapcsolatos – interakciók játszódtak le a résztvevők közt?

K4: Az étel-együttvásárlás keretében milyen termékek kerültek megvételre (különös tekintettel azok egészséggel kapcsolatos jellemzőire)?

Az adatgyűjtés módszere

A kutatás a gyermekek oldaláról közelít a témához. Ennek okán a fiatalok kerültek megkérdezésre. Továbbá a témát képező tevékenység jellemzőinek megértése, valamint a háttérben meghúzódó hatótényezők feltárása okán a megkérdezés módszere a mélyinterjú volt.

A mélyinterjúk kérdései elsősorban a kamaszkorra (13-18 éves kor), másodsorban a fiatal felnőttkorra koncentráltak, mivel az e korban kialakult étkezési szokások megmaradnak (erőteljesen ellenállnak a változásoknak) (Stok et al., 2016).

Minta

Magyarország esetében 2 eltérő területről kerültek ki a megkérdezettek. Ez a két terület egyrészt Budapest, másrészt pedig Tataháza (és közvetlen környéke). Továbbá kontrollterületként bevonásra került Szlovákia magyarok lakta területe (Felvidék). (A területhez sorolás az alapján történt, hogy az egyes válaszadó fiatalnak a felnőttkor előtt melyik településre szőtt a leghosszabb ideig a hivatalos lakcíme.)

Emellett, ahogyan az a korábbiak során már bemutatásra került, e területen a nemzetközi kutatások eredményei szerint jelentős eltérés mutatkozik a gyermekek neve szerint, ezért azonos számú (területenként 5-5) lány- és fiúgyereket került megkérdezésre.

Az előzőeken túl az interjú idején a megkérdezett fiatalok mindegyike 21 és 25 év közötti volt, így még minden vizsgált időszak esetében élénken éltek bennük az étel-együttvásárlások emlékei.



Emellett minden válaszadó már diplomázott vagy a megkérdezés idején még felsőfokú tanulmányait végezte, valamint az összes válaszadó felsőfokú végzettségű szülő gyermeke, mivel a végzettség szintjével egyenes arányban áll a táplálkozás egészséges jellege (a magasabb végzettségűek egészségesebben táplálkoznak) (OECD, 2017).

Továbbá csak olyan személyek kerültek megkérdezésre, akik huzamosabb ideig laktak távol a szüleiktől (pl. kollégiumban és/vagy albérletben), így maguknak kellett megoldaniuk a saját ételmezésüket (vagy annak jelentős részét), ezért vizsgálhatók voltak e területen a saját, önálló döntéseik és szokásaik is.

A korábbiaknak megfelelően összesen 30 válaszadó volt.

Eredmények

K1: Milyen tevékenységek keretében valósult meg az étel-együttvásárlás?

Az étel-együttvásárlás megvalósul a klaszszikus létfenntartó étkezések biztosítását célul tűző közös vásárlások keretében. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy ezeknek is van kapcsolaterősítő jellegük, azonban a céljuk elsősorban nem a kapcsolat erősítése, hanem az adott létfenntartó étkezések megvalósításának a lehetővé tétele. Ennek megfelelően a létfenntartó étel-együttvásárlást egyrészt az élelmiszerek, ételek és ételalapanyagok megvételét is magukba foglaló nagybevásárlások, másrészt pedig a mindennapi, kisebb, (hideg) élelemhez szükséges termékekre (főként pékárukra és tejtermékekre, ritkábban húskészítményekre) irányuló beszerzések képezik.

Az étel-együttvásárlás lejátszódik ugyanakkor kapcsolaterősítő cselekvésként is. Ez jelenti egyrészt az étkezés-, másrészt az eseményorientált tevékenységeket is.

Az étkezésorientált tevékenységeket a közösen megvalósított étterem-, valamint gyorsétterem-látogatások képezik. (Az utóbbiba nem

csupán a gyorsétterem-láncok és a kifőzdék közösen történő felkeresése tartozik, hanem pl. a strandolás közben a „strandételek” (lángos, heck stb.) fogyasztása is.) Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy az étkezésoorientált tevékenységeknek is van esemény jellegük, azonban az ételfogyasztás a központi elemük.

Az eseményorientált (vagy más néven parti jellegű) tevékenységeket a közösen átélt – „házon kívüli” – események (pl. étteremben tartott születésnapi parti) során (kész)ételek vásárlása (és elfogyasztása), másrészt a szülők által – a rokonokkal és/vagy a szülők barátaival és családjakkal közösen – rendezett mulatságra (pl. grillpartira, halászléfőzésre, születésnapi partira, szilveszteri vigasságra) történő beszerzések jelentik. A parti jellegű tevékenységek elsődleges célja a felszabadult szórakozás és/vagy a feszültségoldás, ezért annak során az – alkoholtartalmú – italok fogyasztása jelentősen nagyobb hangsúlyt és figyelmet kap, mint az ételfogyasztás.

A létfenntartó étel-együttvásárlások

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a középfokú tanulmányaik időszakában a megkérdezettek közül 3 személy (1-1 budapesti férfi, budapesti nő, felvidéki férfi) havi gyakorisággal vett részt a nagybevásárlásokon, a további 27 pedig heti rendszerességgel. A felsőfokú képzés során eme utóbbi csoportból 5 személy (1 tatabányai férfi, 2 tatabányai nő, 1 felvidéki férfi, 1 felvidéki nő) már csak havonta 1 alkalommal tudott részt venni a nagybevásárlásokon (így 22 fő hetente, 8 pedig havonta vett részt eme tevékenységben). Továbbá az interjúk időszakában azok, akik már saját háztartást vezetnek (dolgoznak és élet-/házastársukkal élnek együtt vagy egyedül laknak) csupán akkor tudnak részt venni a vizsgált beszerzéstípusban, ha hazautaznak, akkor azonban – szinte – mindig, mivel a szüleik igyekeznek az otthonlétükhöz igazítani az aktuális nagybevásárlást. (Ez 6-10 alkalmat



jelent évente.) (Mindhárom földrajzi terület esetében minden vizsgált időszakban az összes nagybevásárlást péntek késő délután és vasárnap koradéután között bonyolították le.)

A – fiatalok középfokú és felsőfokú tanulmányainak az időszakában a – mindennapi, kisebb, gyorsabb élelmiszervásárlások jellemzően nem együttvásárlások keretében zajlottak, mivel azokat mindhárom földrajzi terület esetében – szinte – kizárólag a szülők (főként az anyák) valósították meg.

Az étkezésoorientált, kapcsolaterősítő étel-együttvásárlások

A szülőkkel közösen megvalósított étteremlátogatások egyik vizsgált földrajzi terület esetében sem volt jellemző (nem érte el az évenkénti gyakoriságot) sem a középfokú, sem pedig a felsőfokú tanulmányok időszakában.

A gyorsétterem-láncok és/vagy a kifőzdék látogatása 16 éves kor alatt szintén nem volt jellemző, miközben 16 éves kor után sem érte el a negyedéves rendszerességet. 18 éves kor után eme tevékenység száma és aránya azonban jelentősen emelkedett, ugyanis a válaszadók közül 19 (6 fővárosi, 7 tatabányai és 6 felvidéki; 9 férfi és 10 nő) személy – a barátaival – legalább havonta 1-2 alkalommal megvalósította. Továbbá 8 fő (3 budapesti, 3 tatabányai és 2 felvidéki; 7 férfi és 1 nő) amióta dolgozik, mivel egyedül lakik és – a saját bevallása szerint – a munka mellett nincs ideje főzni, minden nap (főként a munkatársaival, de néha egyedül is) a közeli gyorsétteremben ebédel. Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy akik jelenleg dolgoznak, de nem egyedül laknak (pl. élet-/házastársukkal, barátaikkal/barátnőikkel együtt), rendszeresen főznek közösen, ezért köztük alacsonyabb a gyorsétterem-látogatás gyakorisága, azonban ez az alacsonyabb gyakoriság a döntő többségnél legalább 2-3 alkalmat jelent hetente. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy eme

tevékenységek egyikét sem a szüleikkel közösen valósították/valósítják meg a fiatalok.

A pihenés jellegű tevékenységbe (pl. strandolásba, síelésbe) iktatott, szülőkkel közösen megvalósított gyorsétterem-látogatások legfeljebb évi 1 (maximum 1 hetes) időszakra koncentráltak, mivel 15 éves kor után a szülőkkel együtt történő nyaralás, illetve síelés egyik földrajzi terület esetében sem volt jellemző.

Az eseményorientált, kapcsolaterősítő étel-együttvásárlások

A vendéglátóhelyen megtartott, szülőkkel közösen átélt partik egyik földrajzi terület esetében sem volt jellemző (sem a középfokú, sem pedig a felsőfokú tanulmányok időszakában).

Továbbá fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a saját rendezésű partira történő vásárlások nem tekinthetők önálló tevékenységcsoportnak, mivel azoknak – szinte – mindegyike valamelyik nagybevásárlás részeként valósult meg.

A kiemelt étel-együttvásárlási típus

A cikk terjedelmi korlátossága, valamint az egyes étel-együttvásárlási típusok megvalósulási rendszeressége okán a továbbiakban csupán a nagybevásárlások kerülnek tárgyalásra. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a nagybevásárlások megvalósulásának körülményeire alapvető hatást gyakorol, hogy ezek a beszerzési típusok felettébb komplex vásárlások, azaz esetükben az élelmiszerek mellett jelentős szerepet játszanak a háztartás szempontjából szükséges termékek (pl. tisztító- és tisztálkodószerek, higiéniai termékek, ruházati cikkek stb.) megszerzése is. (Pl. egy beszerzési hely kiválasztását nem a megvásárolni kívánt élelmiszerek rendelkezésre állása indokolja, hanem a beszerzendő mosószer akció elérhetősége (árelőny realizálása).)



K2: Mekkora felkészülés előzte meg az étel-együttvásárlást?

A nagybevásárlásra történő felkészülés alapvetően a megvásárolni kívánt termékek előzetes kiválasztását és annak mikéntjeit, valamint a kiválasztott termékek rögzítési módját, továbbá az adott termékek megvásárlási helyeinek a meghatározását jelenti.

Budapest

1 személy (nő) kivételével minden budapesti fiatal családja esetében az összes nagybevásárlást megelőzte tervezés. (A kivételt képező család esetében egyáltalán nem volt jellemző a beszerzést megelőző (tudatos) tervezés.)

A tervezést végző családok tekintetében a tervezés oka csupán a már meglévő készletek szintjének a csökkenése volt. Továbbá a tervezés módját a szükséges termék kategóriák meghatározása, valamint a nagyobb kiskereskedelmi láncok akciós újságjainak az átnézése utáni néhány konkrét termék kijelölése jelentette. Az esetek többségében csupán 1 (a fennmaradó esetekben 2) konkrét beszerzési hely került kiválasztásra. Amelyik szülőnek az elsődleges kiválasztási szempont a szükséges termék akciós jellege, valamint a másodlagos a bő termékkínálat és/vagy az akciós termékek széles köre, azok főként Tesco vagy ritkábban az Auchan mellett döntenek. Amennyiben a konkrét élelmiszerek (pl. felvágottak, (hús)konzervek, zöldségek/gyümölcsök, helyben sült pékáru) minősége és/vagy a teljes vásárláson számított összköltséggelőny a döntési kritérium, a szülők a Lidl-t választják.

A kiválasztási folyamatban 7 megkérdezett fiatalnak érdemi szerep nem jutott (bár a teljes tervezés a szemük előtt zajlott). A további 2 személy (mindkettő nő) aktívan vett részt a tevékenységben, mivel konkrétan megkérdezték őket, hogy szerintük miket kellene vásárolni a család számára.

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a kiválasztási folyamat eredménye minden esetben bevásárlólistán került rögzítésre. A bevásárlólista konkrét összeállítását 2 fiú gyakorta nem is látta, ugyanakkor 1 lány rendszerint aktívan részt is vehetett benne (mind tanácsadóként, mind pedig listaíróként) (a többiek csak látták a listák elkészítését).

Továbbá a bevásárlólistákra olyan szükséges termékek kerültek, amelyek megszórtak (csak a készleteiket fel kellett tölteni), vagy azok akciós (és ezért árelőnyt élvező) versenytársai voltak, illetve amelyek esetében az akciók miatt előrehozták a vásárlást (pl. az étolaj, a száraztészták, a konzervek, a fagyasztható húsok stb. az adott időpontban még nem fogytak el ugyan, de akkor voltak akciósak). Azaz az élelmiszerek, ételek és ételalapanyagok előzetes kiválasztásában a szükségesség és a költséghatékonyság játszott szerepet, miközben az egészségre gyakorolt hatás nem került figyelembe vételre.

Emellett figyelemre méltó, hogy azok a válaszadók, akik saját háztartást vezetnek, a nagybevásárlásaik esetében a beszerzési hely kiválasztásakor gyakorlatilag ugyanazon szempontokat követik, mint a szüleik. A választás végeredményét azonban alapvetően befolyásolják a saját tapasztalataik, ezért a Tesco (és az Auchan) helyett gyakorta a Lidl-t választják.

Az előzőeken túl fontos felhívni arra a figyelmet, hogy az akciók rendszeres figyelemmel kísérése és a bevásárlólista írása minden válaszadóra jellemző, akinek az édesanyja is így tett, miközben az az 1 személy, aki nem cselekszik így, annak a szülei sem csináltak ilyesmit, miközben a barátai viszont igen. (Ez az 1 személy azzal indokolta ezt a hozzáállást, hogy úgysem tudná tartani magát a listához.) Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy 1 megkérdezett úgy nyilatkozott, hogy szerinte ő nem azért készít bevásárlólistát, mert az édesanyja is így tett, hanem mert a költségoptimalizálás ezt követeli meg.



Tatabánya

A Tatabánya környékiek tekintetében minden megkérdezett családja esetében az összes nagybevásárlást megelőzte egy kifejezetten tudatos és alapos tervezés. Eme folyamat keretében gyakorlatilag az összes, érdemben elérhető nagyobb beszerzési hely (diszkontok, hiper- és szupermarketek) akciós újságjai áttanulmányozásra kerültek, sőt 2 fiút (1 fiút, 1 lányt) a szülei rendszeresen megkértek arra, hogy segítsen nekik az interneten megnézni az aktuális, de nyomtatott formában éppen nem elérhető akciós újságokat. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a tervezés folyamatában a fiú esetében ez jelentette a teljes szerepvállalást, mivel a középfokú képzés befejezéséig „csupán” 3 lány ve(hete)tt részt rendszerint érdemben (javaslattevőként) a folyamatban. Emellett fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a felsőfokú tanulmányok időszakában – amíg a lányok szerepe nem változott, addig – további 1 fiút voltak be a szülők a tervezés folyamatába, de csupán azért, hogy a fiatal elmondhassa, mikre van szüksége a kollégiumban (mivel akkor még – szinte minden – szükséges terméket a szülei vettek meg neki).

Emiatt a tervezés oka már nem csak a – korábban a budapestiekénél említett – készletek szintjének számottevő mértékű apadása volt, hanem a fiú tartalékainak a feltöltése is.

Továbbá a tervezési folyamat során a kiterjedtebb tájékozódás okán az esetek döntő többségében legalább 3 konkrét beszerzési hely került kiválasztásra (amiből az egyik rendszerint a helyi piac volt), emiatt 6 család – szinte – az összes alkalommal a beszerzési helyek közötti hatékony/optimális útvonalat is megtervezte (egyébként ez a fennmaradó 4 család esetében is előfordult, de jelentősen ritkábban). Fontos rámutatni, hogy a kiválasztási szempontok hasonlóak, mint a budapestiek esetében, ugyanakkor a szülők választásai szerint a Tesco versenytársa nem az Auchan,

hanem az Interspar, miközben a Lidl nem egyeduralkodó, mivel a Spar is kifejezetten erős pozícióval bír. Emellett fel kell hívni arra a figyelmet, hogy a zöldség/gyümölcs esetében elsősorban nem a Lidl a beszerzési hely, hanem a helyi piac, miközben a friss húsok számottevő része sem a kereskedelmi láncokból, hanem a helyi hentesüzletekből származik.

Ugyanakkor fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a megkérdezettek a szüleiket tekintve számottevően nagyobb különbséget mutatnak, mint a budapestiek, mivel a zöldségek, gyümölcsök, friss húsok döntő többségét is a kereskedelmi láncokban vásárolják.

Emellett Tatabánya környékén a szülők tekintetében a kiválasztási folyamat eredménye minden esetben bevásárlólistán került rögzítésre. A bevásárlólista konkrét összeállításában 3 lány rendszerint aktívan részt is vehetett (mindhárman tanácsadóként, közülük 2 pedig listaíróként is) (a többiek csak látták a listák elkészítését).

Továbbá a listák tartalmával kapcsolatosan 3 kivételével mindegyik család esetében ugyanaz mondható el, mint a budapestiekénél. Azaz a bevásárlólistákra olyan szükséges termékek kerültek, amelyek megszokottak, vagy azok akciós versenytársai voltak, illetve amelyek esetében az akciók miatt előrehozták a vásárlást. (Az élelmiszerek, ételek és ételalapanyagok kiválasztásában ezen a földrajzi területen is a szükségesség és a költséghatékonyság játszott szerepet, miközben az egészségre gyakorolt hatás nem került figyelembe vételre.) A kivételt képező 3 családban van laktóz- és/vagy gluténérzékeny gyerek, ezért mind a beszerzési hely, mind pedig a konkrét termékek kiválasztása esetében figyelembe vételre kerültek az említett egészségügyi problémák. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy eme tényezők mellett az egyéb egészségorientált szempontok (pl. vitamintartalom, rostgazdagság stb.) egyáltalán nem kaptak hangsúlyt.



Végül, de nem utolsó sorban az akciók rendszeres figyelemmel kísérése és a bevásárlólista írása minden válaszadóra jellemző, akinek az édesanyja is így tett.

Felvidék

A megkérdezett felvidékiek családjai esetében is ugyanaz mondható el, mint a tatabányaiaknál, azaz az összes nagybevásárlást megelőzte egy kifejezetten tudatos és alapos tervezés. Eme folyamat keretében gyakorlatilag az összes, érdemben elérhető nagyobb beszerzési hely (diszkontok, hiper- és supermarketek) akciós újságjai áttanulmányozásra kerültek. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy a tervezés folyamatában aktív szerepet a közép fokú képzés befejezéséig „csak” 2 lány játsz(hat)ott (javaslattevőként). Miközben fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a felsőfokú tanulmányok időszakában további 2 lányt és 3 fiút vontak be a szülők a tervezés folyamatába, de csupán azért, hogy a fiatalok elmondhassák, mikre van szükségük a kollégiumban/albérletben.

Emiatt a tervezés oka már nem csak a meglévő készletek szintjének számottevő mértékű apadása volt, hanem a fiatalok tartalékainak a feltöltése is.

Ugyanakkor – akárcsak a Tatabánya környékiek esetében – a tervezési folyamat során legalább 3 konkrét beszerzési hely került kiválasztásra, emiatt 7 család az útvonalat is megtervezte. A kiválasztási szempontok a másik 2 földrajzi területéhez hasonlóak, azonban amíg a magyarországi területek esetében a Tesco dominál, addig a Felvidéken a Kaufland. Ugyanakkor a Lidl hasonlóan egyeduralkodó, mint a budapestieknél, azonban a felvidéki szülők a zöldséget, gyümölcsöt vagy az ismerős termelőtől vagy a helyi piacon szerzik be, miközben a friss húst (ha vesznek) vagy a helyi hentestől vagy valamelyik – állatokat tartó és vágó – barátjuktól.

E területen a felvidéki fiatalokról gyakorla-

tilag ugyanaz mondható el, mint a Tatabánya környékiekről, ugyanis mind a zöldségek, gyümölcsök, mind pedig a friss húsok döntő többségét is a kereskedelmi láncokban vásárolják.

Emellett e földrajzi terület esetében is a szülők tekintetében a kiválasztási folyamat eredménye minden esetben bevásárlólistán került rögzítésre. A bevásárlólista konkrét összeállításában 2 lány rendszerint aktívan részt is vehetett (mindketten tanácsadóként) (a többiek csak látták a listák elkészítését).

Továbbá a listák tartalmával kapcsolatosan ugyanaz mondható el, mint a Tatabánya környékieknél. A különbség csak annyi, hogy nem 3, hanem „csupán” 1 családot érint közvetlenül – fogyasztható ételösszetevők számát drasztikusan csökkentő – betegség.

Végül, de nem utolsó sorban az akciók rendszeres figyelemmel kísérése és a bevásárlólista írása is minden megkérdezettre jellemző, akinek az édesanyja is így tett.

K3: Az étel-együttvásárlás során milyen – vásárlással kapcsolatos – interakciók játszódtak le a résztvevők közt?

Az interjúk a résztvevők közötti interakciók közül azokra koncentrált, amelyek a megkérdezettek és a szüleik között zajlottak, továbbá az egyes konkrét termékek kiválasztásával, megvásárlásával, valamint a pénzkezeléssel (és annak adott megoldásaival) voltak kapcsolatosak.

Budapest

A megkérdezett budapesti férfiak közül 1 kivétellel mindenki – szinte minden esetben – a nagybevásárlásoknak csupán passzív résztvevője volt. Ez a passzív szerep azt jelenti, hogy termékekkel, pénzkezeléssel kapcsolatos megbeszélés nem zajlott ugyan a szülők és a gyermek között, azonban eme utóbbi látta a vásárlás megvalósítását. A fennmaradó 1



személy ezzel szemben nem „csak” néző volt, hanem rendszeresen termékjavaslatot is tehetett. (A javaslattevői lehetőség csupán adott termék kategóriákat érintett (pl. felvágott, sajt, pékáru).) Ezzel szemben a megkérdezett budapesti nők közül csak 2 volt „csendes megfigyelő”, miközben a további 3 válaszadó a nagybevásárlások során beszélgetőpartner volt. A beszélgetések során az anyák részéről konkrét pénzkezelési és termékválasztási javaslatok is elhangzottak, azonban a lányok inkább csupán érdeklődő jelenlevők voltak, mintsem vitapartnerek vagy javaslattevők. Egyikük konkrétan ki is mondta, hogy szinte soha nem mondott ellent az édesanyjának, mert nem akart veszekedni.

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a budapesti fiatalok – akár konkrétan elhangzottak útján, akár tevékenységekből „ellesve” – ama következtetést vonták le, hogy a szüleik csak és kizárólag a minőség/ár arány figyelembe vétele mellett döntenek egy adott termékek mellett. Ugyanakkor a minőség egy felettebb összetett tényező, amelynek konkrét jelentése és összetevői a K4 kérdésszövegről szóló részben kerülnek kifejtésre.

A pénzkezeléssel kapcsolatosan a fővárosi válaszadók (1 kivétellel) azt hallották, illetve azt „lesték el” a szüleiktől, hogy az aktuális nagybevásárlást tervezetten kell megvalósítani, azaz a keretében beszerzendő termék kategóriákat és a nagyobb pénzügyi ráfordítást igénylő termékeket a szükségesség figyelembevétele mellett időzítetten és árelőnytel kell megszerezni. A szükségesség azt jelenti, hogy az adott termék vagy termék kategória rendszeresen felhasznált/fogyasztott és/vagy helyettesítő nélküli. (Az előzőre példa a reggelik részét képező felvágott, az utóbbira pedig az elektromos elosztó.) Az árelőny jelentése pedig az, hogy az „alapból” drágább termékeket ott és akkor kell megvenni, ahol és amikor a lehető legolcsóbb (pl. akciós). Ugyanakkor az időzítettség összefügg egyrészt a szükségességgel (ha elfogyott a pékáru, akkor pótolni

kell), valamint az árelőnytel is, ugyanis a nagyobb pénzügyi ráfordítást igénylő és nem romlandó (hosszú ideig elálló) termékek esetében nem kell megvárni, hogy elfogyjanak, hanem egy kedvező (akciós) ajánlat keretében kell megvenni.

Fontos rámutatni, a fővárosi válaszadók (2 személy kivételével) akként nyilatkoztak, hogy a nagybevásárlások esetében alig – vagy egyáltalán nem – hatottak vissza a szüleikre. (Egyrészt nem akartak, másrészt nem is igen adtak erre esélyt a szüleik.) Ennek megfelelően az innovációkat sem a fiatalok kezdeményezték, hanem csökkentett kockázat (akció kínálta jelentős árelőny) mellett a szülők hajlandók voltak kipróbálni termék kategóriákon belül versenytárs termékeket. A fennmaradó 2 személy (1 férfi és 1 nő) közül a férfi termék kategórián belül tehetett javaslatot. Ugyanakkor a nő olyan termék kategóriákat is javasolhatott, amelyek eredetileg nem is szerepeltek a tervekben (pl. egyéb kultúrák ételei, élelmiszerei, „ egzotikus” gyümölcsök stb.). Továbbá eme utóbbi személy fellépett szabályvédőként is, ugyanis „támogató céllal” gyakorta szövegezte a szüleinek, hogy egy adott (drágább) termék egy másik helyen éppen akciós (vagy a következő napokban akciós lesz).

Tatabánya

A fővárosiakhoz hasonlóan a Tatabánya környéki férfiak közül is 4 személy volt passzív résztvevő, valamint 1 fő tehetett rendszeresen termék kategórián belül javaslatot (de csupán azért, hogy olyan termékekkel töltsék fel a készleteit, amelyeket hajlandó lesz elfogyasztani / felhasználni). A női válaszadók esetében is hasonló a megoszlás, mint a budapestiek tekintetében, azonban esetükben a beszélgetőpartner szerepe messze túlmutatott az érdeklődő jelenlétén, mivel a szülők nyitott(abb)ak voltak a lányaik véleményével kapcsolatosan.



A Tatabánya környéki szülőktől hallott és/vagy ellesett legfőbb termékválasztási tényező is a minőség/ár arány volt, azonban számos termék kategória esetében a minőség volt az elsődleges (és csak azután jött az ár). Eme földrajzi területen lakók minőségértelmezése is a K4 kérdésről szóló részben kerül kifejtésre.

A Tatabánya környékiekről a pénzkezelés esetében nagyrészt ugyanaz mondható el, mint a budapestiekénél, azaz a szükségesség, az időzítés és az árelőny a fő, és ezeknek a tényezőknek is ugyanaz a jelentésük, mint a fővárosiaknál. Ugyanakkor azoknál a termékekénél (pl. zöldségeknél/gyümölcsökénél, friss húsoknál), amelyeknél a minőség erőteljesen dominál az árral szemben, (szinte) csak a szükségesség játszik szerepet.

A Tatabánya környéki fiatalok visszahatása, a szülei – fővárosiakéhoz viszonyított – nagyobb nyitottsága és támogatóbb hozzáállása okán, jelentősen nagyobb, mint amiről a budapestiek beszámoltak. Ugyanakkor ez az erőteljesebb visszahatás csupán a nőket jellemzi, mivel közülük 3 nem tervezett termék kategóriákat javasolhatott, valamint szabályvédőként is felléphetett (a konfliktusok elkerülése okán a támogató jelleg és stílus mindegyikjükénél minden esetben fontos szempont volt).

Ugyanakkor fontos felhívni a figyelmet arra, hogy az innovációk esetében eme földrajzi területen is főként a szülei voltak a kezdeményezők. Sőt a laktóz- és/vagy gluténérzékeny gyermekek étkezésében csak és kizárólag a szülei voltak az innovátorok, miközben a gyermekek (még a beteg gyerek(ek) testvére(i) is) mindannyiszor igyekeztek minimalizálni a kockázatokat, és – amíg tehették, – ragaszkodtak a már kipróbált és bevált termékekhez.

Felvidék

A nagybevásárlások esetében a felvidéki fiatalok szerepe számottevően eltér, mind a budapestiekétől, mind pedig a Tatabánya

környékiektől, ugyanis a határon túli férfiak közül 2 aktív beszélgetőpartner volt, további egynek pedig tudatosan mutatták meg a szülei, hogy mit hogyan kell(ene) csinálnia, és a megkérdezett nők mindegyike aktív beszélgetőpartner volt.

A felvidéki szülei által elmondott, bemutatott, valamint a tőlük ellesett termékválasztási szempontok közül is kiemelkedik a minőség/ár arány fontossága, továbbá – a Tatabánya környékiekhez hasonlóan – adott termék kategóriák esetében a minőség, azonban némelyik kategóriában hangsúlyos a közösség erősítése is. Mind a minőség/ár aránynak, mind a minőségnek, mind pedig a közösség erősítésének a jelentése a K4 kérdésről szóló részben kerül kifejtésre.

A felvidékiekről a pénzkezelés esetében nagyrészt ugyanaz mondható el, mint a budapestiekénél és a Tatabánya környékieknél, azaz a szükségesség, az időzítés és az árelőny a fő, és ezeknek a tényezőknek is ugyanaz a jelentésük, mint a másik 2 csoportnál. Ugyanakkor azoknál a termékekénél, amelyeknél a minőség és/vagy a közösség erősítése a hangsúlyos, (szinte) csak a szükségesség játszik szerepet.

A felvidéki szülei tudatosabb hozzáállása okán a fiatal férfiak is bátrabban javasoltak termékeket, azonban az esetek többségében ők is inkább csak csendes szemlélődők voltak, és mindent ráhagytak az édesanyákra. Ugyanakkor az összes felvidéki nő akként nyilatkozott, hogy rendszeresen legalább termék kategóriákon belül javasolt alternatív termékeket, miközben sűrűn lépett fel szabályvédőként. Továbbá a felvidékiekre szintén jellemző, hogy a szülei támogatóbb hozzáállása ellenére is tudatosan kerülnek a negatív konfliktusok.

Ugyanakkor a felvidéki fiatalok a bátrabb magatartása mellett is inkább csak adott termék kategórián belül innoválnak, és az újítás ezen a földrajzi területen is inkább a szüleiket jellemzi. (Az emésztéssel kapcsolatos betegségek esetében ugyanaz mondható el, mint a Tatabánya környékieknél.)



K4: Az étel-együttvásárlás keretében milyen termékek kerültek megvételre (különös tekintettel azok egészséggel kapcsolatos jellemzőire)?

A megvásárolt termékek esetében az interjúk az előzetes tervek megvalósulására, a termékek kiválasztásában szerepet játszó tényezőkre, valamint a megvett termékek egészséggel kapcsolatos jellemzőire koncentráltak.

Budapest

A fővárosi válaszadók akként nyilatkoztak, hogy az előzetesen összeállított bevásárlólistától csak kisebb mértékben tértek el a listáirók. Az eltéréseket elsődlegesen a további akciók (gyakrabban termékkategórián belüli csere, illetve ritkábban előrehozott vásárlás), kisebb gyakorisággal az élvezet jelentette kísértéssel szembeni gyengeség (apróbb élvezeti termékek (pl. csokoládé, jégkrém, chips stb. megvétele)) és annál is ritkábban a vásárlás idején fennálló éhség (több ételiszter választása) generálta. Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy amíg az előbbi, tervezetthez képesti előrehozott beszerzés esetében szerepet játszanak a fiatalok is, addig az utóbbi, élvezetorientált „kiegészítő” vásárlásnál főként az apák a kezdeményezők.

Továbbá ahogyan az már a korábbiakban említésre került, a termékek kiválasztásánál a minőség/ár arány játssza a legfőbb szerepet. A budapestiek esetében a minőség kifejezetten összetett, ugyanis konkrét termékkategóriák függvénye. Az ételek, ételiszterek és ételalapanyagok tekintetében akként nyilatkoztak a fővárosi válaszadók, hogy a szüleik szerint a zöltség (és gyümölcs) esetében a minőséget a frissesség, a szép, (szinte) hibátlan kinézet jelenti, és ezekben a szempontokban a Lidl teljesít a legjobban. A friss húsnál az számít, hogy szép színű, rugalmas állagú és lémentes legyen. Ezekben a tényezőkben az Interspar nyújtja a legmagasabb színvonalat.

A húskészítmények (pl. szalámik, felvágottak, virslik, pástétomok, konzervek) esetében a nagy hústartalom és a fogyasztónak leginkább „fogára való” fűszerezés képezi a minőséget. Eme kritériumoknál elsősorban nem a beszerzőhelyek, hanem a márkák és adott termékízesítései számítanak. A pékáruk területén a friss sütés, az állag, az íz, valamint a kihülés utáni termékélvezhetőség és fogyaszthatóság jelenti a minőség összetevőit. Ezekben szintén a Lidl teljesít a legjobban.

A magasabb minőségű élelmiszerek gyakorta pozitívabb hatást gyakorolnak az egészségre, azonban a fővárosiak esetében ez a jellemző alig – vagy annyira sem – játszott szerepet a termékek kiválasztás során. Emellett az egyéb egészségorientált szempontok (pl. vitamintartalom, rostgazdagság stb.) egyáltalán nem kaptak hangsúlyt.

Tatabánya

Fontos felhívni arra a figyelmet, hogy ezen a földrajzi terület esetében a tervektől történő eltéréssel kapcsolatosan ugyanaz mondható el, mint a fővárosiaknál.

Továbbá a Tatabánya környéki válaszadók azt mondták a szüleikről, hogy a zöltségek és a gyümölcsök tekintetében nagyon fontos a megbízható forrás, ezért ha (már) nincs saját termelésűjük és venni kénytelenek, akkor elsődlegesen a helyi piacról szerzik be őket. Amennyiben viszont túl magasra emelkednek a helyi piac árai, a Lidl termékeinek szavaznak bizalmat. A friss húsnál szintén a megbízható forrás a legfőbb tényező, ezért a helyi hentes az elsődleges beszerzési hely, valamint elérhetőségi szempontok miatt gyakorta a Tescóban veszik a friss húst. A húskészítmények és a pékáruk esetében teljesen azonos a helyzet, mint a fővárosiaknál.

A Tatabánya környéki szülőket számos területen jelentősen nagyobb tudatosság jellemez, mint a budapestieket, azonban az egészségtudatosság esetében ez nem áll, ugyanis a ter-



mékválasztás során az egészségre gyakorolt hatásnak a figyelembe vétele gyakorlatilag fel sem merül. Kivételt képeznek a laktóz- és/vagy gluténérzékeny személyek szülei, mivel számukra elengedhetetlen volt, hogy elsősorban eme problémá(k)nak megfelelően válasszanak. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy eme tényezők mellett az egyéb egészségorientált kritériumok egyáltalán nem játszottak szerepet.

Felvidék

A felvidéki szülők esetében a tervektől történő eltéréssel kapcsolatosan ugyanaz mondható el, mint a fővárosiaknál, valamint a Tatabánya környékieknél.

Ugyanakkor fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a határainkon túli magyarok számára a zöldségek és gyümölcsök esetében – ha azokat venniük kell – kifejezetten fontos a forrás. Ennek háttérében egyrészt az húzódik meg, hogy a megkérdezettek szerint Szlovákia déli részén, amit történetesen éppen a magyarok laknak, jelentősen jobb minőségű a talaj, mint északi szomszédunk egyéb területein, ezért a zöldségeknek / gyümölcsöknek jobb ízük és állaguk van. Másrészt az van a háttérben, hogy a kisebbségbe szorult magyarok között hangsúlyos a magyar közösség megmaradása és erősítése iránti akarat. Ennek megfelelően igyekeznek az ismerősöktől, magyar termelőktől beszerezni a szükséges élelmiszereket, ételalapanyagokat. Ennek megfelelően mind a friss hús, mind pedig a friss tej tekintetében elsődlegesen a barátoktól és helybeli (kis) gazdáktól vásárolnak. Amennyiben ez nem megvalósítható, akkor a helyi piacot, hentes részesítik előnyben. Ugyanakkor fontos felhívni arra a figyelmet, hogy a húskészítmények tekintetében ugyanaz mondható el, mint a budapestiek és a Tatabánya környékiek esetében. A pékárunknál szintén a forrás és a frissesség a legfőbb kiválasztási tényező, ennek okán a helyi, ill. környéki pékségekből, sütödékből vásárolnak.

Továbbá a nagybevásárlással kapcsolatos területeken a felvidéki szülők képezik a leg tudatosabb csoportot, azonban róluk is az mondható el, hogy az egészségtudatosság tekintetében felettébb alacsony szint jellemzi őket. Emellett a laktózérzékeny gyermek szülei a termékválasztáskor – akárcsak a Tatabánya környékiek – odafigyelnek erre a problémára, azonban egyéb egészséggel kapcsolatos tényezőre nem fordítanak figyelmet.

Végül, de nem utolsó sorban azok a felvidéki válaszadók, akik már Budapesten élnek, a rendelkezésükre álló pénzeszközök erőteljes korlátossága okán kénytelenek felettébb költségtudatosan vásárolni, ezért egyetértenek ugyan a szüleik indítékaival, céljaival és szabályaival, azonban jelenleg azoknak nem tudnak eleget tenni.

Konklúzió és limitációk

Eme kutatás megállapításainak értelmében a szülők, noha a nemzetközi tanulmányok szerint ezen a téren legtudatosabb társadalmi csoportba tartoznak, kevésbé egészségtudatosak az ételmiszer-, étel- és ételalapanyagválasztásaik során.

Továbbá ez a tanulmány a vizsgálatok megvalósításához kvalitatív kutatási módszert, valamint viszonylag alacsony elemszámú mintát alkalmaz, emiatt eme megoldás jelentette limitációkat figyelembe kell venni a kutatás megállapításainak további felhasználásakor.

Eme limitációk okán mind a határainkon belüli, mind pedig a határainkon túli (felvidéki, délvidéki, kárpátaljai és erdélyi) magyar fiatalok esetében reprezentatív kvantifikált kutatássorozat keretében célszerű vizsgálni, hogy az egyes étel-, élelmiszer és ételalapanyag kategóriákban milyen jelentéstartalma van az egészséges jelzőnek, valamint milyen szinten áll az egészségtudatosság. Emellett ugyanilyen módon kellene elemezni, hogy konkrétan milyen tényezők játszanak sze-



repet az egészséges termékek melletti döntésben. Továbbá eme ismeretek tudatában a szakmai, a politikai és az üzleti döntéshozóknak meg kell tenniük a szükséges lépéseket annak érdekében, hogy az összmagyar lakosság egészségtudatosságát növelve javíthassák annak egészségi állapotát és életminőségét.

Emellett kvantifikáltan és reprezentatív módon kell vizsgálni a Kárpát-medencei összmagyar ifjúság helyi termelőkkel és termékekkel kapcsolatos véleményét és hozzáállását, valamint azon tényezőket, amelyek a tapasztalható viszonyok mögött húzódnak meg. Továbbá eme ismeretek birtokában elő kell segíteni a lakosság helyi termelők számára előnyös döntéseit, ezáltal javítani a gazdálkodók piaci helyzetét, valamint támogatni a kistérségek megtartó erejét és a közösségek megmaradását, erősödését.

Felhasznált irodalom

- Bodkin, C. D. – Peters, C. – Amato, C. (2013):** An Exploratory Investigation of Secondary Socialization: How Adult Children Teach Their Parents to Use Technology. *International Journal of Business, Humanities and Technology*. 3. 8: 5-15.
- Bouhhal, S. – McBride, C. M. – Ward, D. S. – Persky, S. (2015):** Drivers of overweight mothers' food choice behaviors depend on child gender. *Appetite*. 84. January: 154-160.
- Cai, Y. – Zhao, G. – He, J. (2015):** Influences of two modes of intergenerational communication on brand equity. *Journal of Business Research*. 68. 3: 553-560.
- DeCosta, P. – Møller, P. – Frøst, M. B. – Olsen, A. (2017):** Changing children's eating behaviour – A review of experimental research. *Appetite*. 113. June: 327-357.
- Ekström, K. M. (2011):** On the "catwalk of consumption"; Children and parents in consumer culture. *Televizion*. 24. E: 4-8.
- Inhulsen, M-B. M. R. – Saskia, M. Y. M. – Renders, C. M. (2017):** Parental feeding styles, young children's fruit, vegetable, water and sugar-sweetened beverage consumption, and the moderating role of maternal education and ethnic background. *Public Health Nutrition*. 20. 12: 1-10.
- Johnson, B. K. – Knobloch-Westerwick, S. (2014):** Glancing up or down: Mood management and selective social comparisons on social networking sites. *Computers in Human Behavior*. 41. December: 33-39.
- Larsen, J. K. – Hermans, R. C. J. – Sleddens, E. F. C. – Vink, J. M. – Kremers, S. P. J. – Ruiter, E. L. M. – Fisher, J. O. (2018):** How to bridge the intention-behavior gap in food parenting: Automatic constructs and underlying techniques. *Appetite*. 123. April: 191-200.
- Larson, N. I. – Story, M. – Eisenberg, M. E. – Neumark-Sztainer, D. (2006):** Food Preparation and Purchasing Roles among Adolescents: Associations with Sociodemographic Characteristics and Diet Quality. *Journal of the American Dietetic Association*. 106. 2: 211-218.
- Lobet, D. – Cavalcante, L. E. (2014):** Upward transmission, inverted filiation, reverse socialization: intergenerational relationships considered inversely. *Enfances Familles Générations*. 20: 1-12.
- McNeal, J. U. (2007):** ON BECOMING A CONSUMER: THE DEVELOPMENT OF CONSUMER BEHAVIOR PATTERNS IN CHILDHOOD. Elsevier, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Minahan, S. – Huddleston, P. (2013):** Shopping with My Mother: Reminiscences of Adult Daughters. *International Journal of Consumer Studies*. 37. 4: 373-378.
- Musher-Eizenman, D. R. – Goodman, L. – Roberts, L. – Marx, J. – Bruzas, M. – Hoffmann, D. A. (2018):** An examination of food parenting practices: structure, control and autonomy promotion. *Public Health Nutrition*. 22. 5: 814-826.
- Neeley, S. (2005):** Influences on consumer socialisation. *Young Consumers*. 6. 2: 63-69.



OECD (2017): Obesity Update 2017. OECD Publishing, Paris, France. Elérhető: <http://www.oecd.org/health/obesity-update.htm> (Letöltés: 2019. 08. 12.)

Ochs, E. – Shohet, M. (2006): The Cultural Structuring of Mealtime Socialization. *New Directions for Child and Adolescent Development*. 2006. 111: 35-49.

Othman, M. – Boo, H. C. – Wan Rusni, W. I. (2013): Adolescent's strategies and reverse influence in family food decision making. *International Food Research Journal*. 20. 1: 131-139.

Pedersen, S. H. – Grønhøj, A. – Thøgersen, J. (2015): Following family or friends. Social norms in adolescent healthy eating. *Appetite*. 86. March: 54-60.

Pratt, M. – Hoffmann, D. A. – Taylor, M. – Musher-Eizenman, D. R. (2017): Structure, coercive control, and autonomy promotion: A comparison of fathers' and mothers' food parenting strategies. *Journal of Health Psychology*. 22. May: 1-15.

Roberti, G. (2014): The influence of family socialization on consumer choices of young people. A case study of female university students. *Italian Journal of Sociology of Education*. 6. 3: 41-69.

Ruvio, A. – Gavish, Y. – Shohama, A. (2013): Consumer's doppelgänger: A role model perspective on intentional consumer mimicry. *Journal of Consumer Behavior*. 12. 1: 60-69.

Shim, S. – Serido, J. – Barber, B. L. (2011): A Consumer Way of Thinking: Linking Consumer Socialization and Consumption Motivation Perspectives to Adolescent

Development. *Journal of Research on Adolescence*. 21. 1: 290-299.

Smith, L. P. – Ng, S. W. – Popkin, B. M. (2013): Trends in US home food preparation and consumption: analysis of national nutrition surveys and time use studies from 1965–1966 to 2007–2008. *Nutrition Journal*. 12. April: 1-10.

Stok, F. M. – De Vet, E. – De Ridder, D. T. D. – De Wit, J. B. F. (2016): The potential of peer social norms to shape food intake in adolescents and young adults: a systematic review of effects and moderators. *Health Psychology Review*. 10. 3: 326-340.

Vaughn, A. E. – Ward, D. S. – Fisher, J. O. – Faith, M. S. – Hughs, S. O. – Kremers, S. P. J. – Musher-Eizenman, D. R. – O'Connor, T. M. – Patrick-Power, T. G. (2016): Fundamental constructs in food parenting practices: a content map to guide future research. *Nutrition Reviews*. 74. 2: 98-117.

Watne, T. – Lobo, A. – Brennan, L. (2011): Children as agents of secondary socialisation for their parents. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*. 12. 4: 285–294.

WHO (2018): 2018 Global Nutrition Report – 2018 Nutrition country profile – Hungary. WHO, Geneva, Switzerland. Elérhető: <https://globalnutritionreport.org/documents/133/Hungary.pdf> (Letöltés: 2019. 08. 12.)

Zarychta, K. – Mullan, B. – Luszczynska, A. (2015): It doesn't matter what they say, it matters how they behave: Parental influences and changes in body mass among overweight and obese adolescents. *Appetite*. 96. September: 47-55.



INTELLIGENS FEJLŐDÉS VIDÉKI TÉRSÉGEKBEN: EDDIGI EREDMÉNYEK ÉS JÖVŐBELI LEHETŐSÉGEK

Szalai Ádám

Az internet és a mobil kommunikáció egyre nagyobb mértékű térnyerése, az egész világon zajló digitális átalakulás olyan folyamat, amely átszabja nemcsak a gazdasági szereplők tevékenységeit és a közigazgatás szervezését, hanem a települések működését és lakóik életét is, így átformálja mindennapi létünket. Ehhez kapcsolódva a különböző fejlesztési-tervezési kérdésekben, tudományos diskurzusokban is egyre inkább előtérbe kerül az intelligens fejlődés, a smart city (okos város) koncepció mint vezető városfejlesztési paradigma. A smart city-vel járó fejlődési potenciált Magyarország is felismerte, amelyet jelez a Digitális Nemzet Fejlesztési Program és Digitális Jólét koncepciójának elkészítése, az okos város és az „okos város módszertan” fogalmak meghatározásáról szóló kormányrendelet (56/2017.) megalkotása, valamint a hazai okos városok létrejöttét szolgáló szakmai koordináló szervezet (Lechner Tudásközpont) kijelölése. Az okos város koncepció elemeit azonban a vidéki térségekben is érdemes alkalmazni, különösen a hátrányos helyzetű térségek további periferezálódásának megelőzése végett. E cél érdekében az Európai Unió az okos város mintájára az „okos falu” kezdeményezés mögé állt, a vidéki térségek digitalizációjának elősegítéséért. A fentebb leírtakból következően tanulmányomnak kettős célja van. Egyrészt feltárni, hogyan jelenik meg a tudományos és szakpolitikai diskurzusokban az intelligens fejlesztés koncepciója a periférikus, nem nagyvárosi térségekhez kapcsolódóan. Másrészt bemutatni, milyen – Magyarországon is alkalmazható – példák, jó gyakorlatok vannak vidéki térségek és települések intelligens fejlesztésére, különös tekintettel az egyes szereplők (önkormányzatok, vállalkozások, civil szervezetek) közötti együttműködés lehetőségeire. Vizsgálati módszerem a releváns, szabadon hozzáférhető tudományos szakfolyóirat-közlemények és szakpolitikai dokumentumok tartalomlemezése, esettanulmányok vizsgálata.

A FELSŐOKTATÁSI RANGSOROK MŰKÖDÉSE ÉS RELEVÁNCIÁJA AZ AGRÁRTUDOMÁNYI KÉPZÉSEK ESETÉN

Kőmíves Péter Miklós

A felsőoktatási intézmények nemzetközi összehasonlíthatóságának egyik kiváló módja a nemzetközi felsőoktatási rangsorok vizsgálata. A felsőoktatási rangsorok összeállítása és publikálása az elmúlt évtizedek során egyre szélesebb körben terjedt el, napjainkra számos nemzetközi rangsor is minősíti az egyes felsőoktatási intézmények működésének eredményességét. A felsőoktatási rangsorok készítése során ugyanakkor azok összeállítói egymástól gyakran eltérő kritériumrendszer szerint minősítik az intézmények teljesítését. A globálisan publikált felsőoktatási rangsorok képesek lehetnek a külföldi hallgatók figyelmét is felhívni a magyar felsőoktatásra, így az ország érdeke, hogy az egyetemek jól szerepeljenek ezeken az összeállításokon. Jelen cikk célja a nemzetközi felsőoktatási rangsorok vizsgálati módszereinek elemzése, illetve a rangsorok agrártudományi relevanciájának vizsgálata elsősorban szakirodalmi források elemzése útján.



REGIONÁLIS KÜLÖNBSÉGEK A NÖVÉNYTERMESZTÉSBEN ÉS AZ ÁLLATTENYÉSZTÉSBEN MAGYARORSZÁGON

Popp József – Harangi-Rákos Mónika – Szenderák János – Oláh Judit

A mezőgazdasági területen belül a szántóterület részaránya az ország északnyugati megyéiben magasabb, mint az ország többi megyéjében (Baranya, Tolna és Békés megye). Bács-Kiskun és Hajdú-Bihar megyékben a szántó aránya a mezőgazdasági terület 70%-a körül alakul, de Békés megyében található az összes szántóterület közel 10%-a. A gabonánövények területéből Dél-Alföld 23%-ot, Észak-Alföld 20%-ot, Dél-Dunántúl pedig 18%-ot képviselt. Az utolsó helyen, 6% körüli részesedéssel Közép-Magyarország állt. A búza vetésterületéből Dél-Alföld részaránya 22%, Észak-Alföldé 18% volt. A kukorica vetésterülete hasonló képet mutat, mert Észak-Alföld és Dél-Alföld aránya egyaránt 22% volt. 2010 és 2016 között az állatállomány állategységben kifejezve 1,1%-kal esett vissza. 2016-ban az ország 262 ezer gazdaságában több mint 2,4 millió állategységnek megfelelő állatállományt tartottak. A sertésállomány állategységben kifejezve 35%-os, a baromfi 33%-os, a szarvasmarha 25%-os és a juh 5%-os részarányt képviselt. 2016-ban a legtöbb haszonállatot Bács-Kiskun és Hajdú-Bihar megyékben tartották állategységben kifejezve.

TEJÁGAZATBAN ÉRINTETT VÁLLALKOZÁSOK IKT IRÁNYULTSÁGA – VEZETŐI VÉLEMÉNYEK ALAPJÁN

Kovács Evelin

Napjainkban már bevett fogalom az IKT-műveltség, amely az információtovábbítása, elektronikus hírközlési technológiákat foglalja magába. A technológia robbanásszerű fejlődése magával vonja az információs és kommunikációs eszközök, programok, alkalmazások fejlődését, ezáltal az IKT-műveltség felértékelődött. Nemcsak a technikai eszközök fejlesztése fontos, hanem a felhasználók digitális eszközismeretének, szoftverek ismeretének a bővülése, kognitív képességének a fejlődése valamint a felelősségteljes együttműködést jelenti. Az eszközök, szolgáltatások, kompetenciák, valamint az IKT-hálózat működőképessége meghatározza a vállalkozások versenyképességét és hatékonyságát. A digitális ökoszisztéma részét képezik az állami intézmények, nagyobb vállalkozások és a KKV-k mintegy kétharmada, illetve a társadalomnak több mint fele. Az infokommunikációs ágazat fejlődése szerepet játszott a gazdaság növekedésében, a foglalkoztatottság növekedésében, a vállalkozások hatékonyságának javulásában. Hosszú távon növeli a gazdaság növekedési potenciálját. Jelen tanulmány a tejágazatban érintett vállalkozások IKT fejlettségét vizsgálja. A Debreceni Egyetem Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézetének kutatásába bekapcsolódva a kis és középvállalkozások körében az információáramlást segítő IKT szolgáltatások használati szokását mértem fel.



EGY TÖBBSÉGÉBEN MAGYAR LAKTA ERDÉLYI KÖZSÉG TURISZTIKAI VIZSGÁLATA

Kútvölgyi Viktória

Ezen tanulmány célja négy erdélyi település: Körösfő, Nyárszó, Sárvásár és Kalotánádas turisztikai vizsgálata és területi különbségeinek a felmérése. A négy település együttesen Erdély Körösfő községét alkotja, melynek különlegessége, hogy Körösfő, Nyárszó és Sárvásár elsősorban magyar lakta, míg Kalotánádas többségében románok által lakott település. A települések vizsgálata külön-külön történik. Összesen 228 háztartás kérdőíves lekérdezésére került sor és a lakossággal folytatott beszélgetésen túl négy szállásadóval, valamint egy esperessel készült interjú. A lakossági kérdőíves felmérések rámutatnak, hogy a népművészeti tárgyakról nevezetes községben a családi vállalkozások milyen szektorokban és milyen mértékben valósul meg. Megtudhatjuk, hogy a lakosság a turizmus mely területén vállal szerepet. A tanulmány vizsgálja a turizmus szempontjából fontos kérdéseket: a közbiztonság, a helyi szolgáltatások és a helyi szórakozási lehetőségek megítélését. A lakossági kérdőív továbbá azt is felméri, hogy mire büszkék az ott élők, milyen vonzerőkkel rendelkeznek. A tanulmány végül összegzi a magyar és román lakta település közötti különbséget.

A TURIZMUS SZEREPE AZ ALFÖLDI JÁRÁSOK FEJLETTSÉGÉBEN

Gulyás Péter

A turizmus szerte Európában egyre nagyobb jelentőségre tesz szert a vidéki területek gazdaságában. Sokrétű kapcsolatai révén fogalmi kereteinek értelmezése igen széles horizonton történik, melyek hazai adaptációja is célszerű lenne. Ehhez kapcsolódóan a tanulmány összefoglalja a geográfiai alapokon nyugvó „vidékturizmus koncepció” lényegi elemeit. A legnagyobbbrészt kifejezetten vidékies jegyeket mutató nagytájunkon, az Alföldön érzékelhető és statisztikai adatokkal is mérhető a turisztikai ágazat fejlődése, ugyanakkor a kép meglehetősen differenciált, a szektor gazdasági jelentősége térségenként nagy különbségeket mutathat. Jelen tanulmány az Alföld 70 járására elvégzett faktor- és klaszteranalízis alapján bemutatja, hogy mely tényezők vannak hatással az alföldi járások fejlettségére és van-e ezek között releváns szerepe a turizmusnak.

A SZÜLŐKKEL TÖRTÉNŐ ÉTELVÁSÁRLÁS SZEREPE A MAGYAR FIATALOK FOGYASZTÓVÁ VÁLÁSÁNAK FOLYAMATÁBAN

Egyed Szilárd

A magyar lakosság életminőségének a javításához, valamint a túlsúllyal összefüggésbe hozható egészségügyi ráfordítások csökkentése eléréséhez alapot biztosít az ételfogyasztási szokások kialakulása folyamatának a vizsgálata. Ennek okán e cikk eme folyamatra ható egyik legfontosabb tényezővel, a szülőkkel közösen megvalósított étel-együttvásárlással foglalkozik. Az adatgyűjtés Budapesten, Tatabánya környékén, valamint Szlovákia magyarok lakta területén (Felvidéken) zajlott. Ez a cikk vizsgálja azokat a tevékenységeket, amelyek



keretében megvalósul az étel-együttvásárlás, azok körülményeit, és az együttvásárlások során megvásárolt termékek egészséggel kapcsolatos jellemzőit. A feltáró kutatás eredményei szerint a felvidéki és a Tatabánya környéki szülők számottevően tudatosabb mintaátadók, mint a budapestiek, azonban mindhárom földrajzi területen az egészségtudatosság fejlődésének és fejlesztésének még tág tere van.

THE ROLE OF TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF THE DISTRICTS OF THE GREAT PLAIN

Gulyás Péter

Tourism is contributing more and more to the economy in rural areas across Europe. Given its diverse links, the related terms may be interpreted from a wide variety of perspectives, which should be adopted in Hungary. This paper summarises the essential elements of the geographically based “rural tourism concept”.

The progress of tourism is conspicuous and measurable with statistical data in the Great Hungarian Plain, a major region of Hungary with marked rural features. At the same time, the picture is highly diverse as the economic significance of the sector may be different from region to region. This paper draws on a factor and cluster analysis of 70 districts in the Great Hungarian Plain to identify the factors that affect the development of those districts and to see if tourism is one of them.

THE STUDY OF TOURISM OF A HUNGARIAN MAJORITY TRANSYLVANIAN VILLAGE

Viktória Kútvölgyi

The aim of this study is the touristic examination and the assessment of the differences in the area of four Transylvanian villages: Körösfő, Nyárszó, Sárvásár and Kalotánádas.

The four settlements together comprise the village of Körösfő, with the speciality that Körösfő, Nyárszó and Sárvásár are mainly Hungarian populated, while Kalotánádas has a Romanian majority. The settlements are examined respectively. 228 households were interviewed with a questionnaire also the population was asked questions, four enterprises of accommodation were interviewed and a member of the clergy, too. The questionnaires show in what proportion the family enterprises take their share in the villages famous for its folk culture objects. We can be informed in which area of tourism the inhabitants take their roles. The study also examines the issues related to tourism: public security, the opinions about local services and the local entertainment units. The study also assesses what the locals are proud of and what attractions they have. Finally, the study sums up the differences between Hungarian and Romanian populated settlements.



ICT ORIENTATION OF DAIRY ENTERPRISES - BASED ON MANAGEMENT OPINIONS

Evelin Kovács

Nowadays, the standard concept of ICT-technology which is the information transmission of, electronic communications technologies include. The technology the explosive development implies the information and communication devices, programmes, applications development, ICT-technology is appreciated. Not only the technical tools development is important, but the users digital tool knowledge of software knowledge for the expansion of cognitive abilities of the development and the responsible cooperation means. The tools, services, competencies, as well as the ICT-network is operational, it determines the competitiveness of enterprises and efficiency. The digital eco-system is part of the state institutions, large enterprises about two-thirds, and the society more than half. This study in the dairy sector undertakings concerned ICT advanced of examine.

REGIONAL DIFFERENCES IN CROP AND LIVESTOCK PRODUCTION IN HUNGARY

József Popp – Mónika Harangi-Rákos – János - Szenderák – Judit Oláh

Within the agricultural area, the share of arable land in the northwestern counties of Hungary is higher than in the other counties of the country (Baranya, Tolna and Békés counties). In Bács-Kiskun and Hajdú-Bihar counties, the share of arable land is around 70%, but nearly 10% of the total arable land is located in the Békés county. The Southern Great Plain represented 23%, the Northern Great Plain 20% and South Transdanubia 18% of the area of cereal crops. In the last place of regions, Central Hungary had a share of around 6%. The share of the Southern Great Plain in the wheat sowing area was 22% and in the Northern Great Plain 18% in 2016. The sowing area of maize shows a similar picture in the Northern Great Plain and the Southern Great Plain with a share of 22%. Between 2010 and 2016, livestock in Hungary fell by 1.1% in terms of livestock units. In 2016, more than 2.4 million livestock units were kept on 262 thousand farms in Hungary. The pig population represented 35%, poultry 33%, cattle 25% and the sheep population 5% in the livestock units. In 2016, most animal units were kept in Bács-Kiskun and Hajdú-Bihar counties.

SMART DEVELOPMENT IN RURAL AREAS: FUTURE POTENTIALS AND RESULTS SO FAR

Ádám Szalai

The increasing penetration of the Internet and mobile communications, the worldwide digital transformation is a process that modify not only the activities of economic operators and the organization of public administration, but also the functioning of settlements and the lives of their inhabitants, thus transforming our daily existence. Related to this, smart development and the smart city concept as a leading paradigm for urban development is becoming increasingly important in various development planning issues as well as in scientific discourses. Hungary has also recognized the development potential of smart city by making Digital Nation Development Program and the Digital Welfare Concept, the estab-



lishment of a government decree on the definition of smart city and smart city methodology (56/2017) and the designation of a professional coordinating organization Lechner Knowledge Center which aims to catalyse and support the development of smart settlements in Hungary. However, elements of the smart city concept should also be used in rural areas, especially to prevent further peripheralization of the least developed areas. In order to achieve this goal, the European Union, stood beside the “smart village” initiative to promote the digitalization of rural areas. As explained above, this paper has a dual purpose. Firstly, it explores how the concept of smart development appears in scientific and policy discourses regarding peripheral, non-metropolitan areas. On the other hand, I would like to present some best practices in rural areas and settlements that can be applied in Hungary, in particular to opportunities of cooperation between different stakeholders such as municipalities, businesses, civil organizations. The method of content analysis have been employed, which based on the review of policy documents, case studies and relevant scientific journals.

THE FUNCTIONING AND THE RELEVANCE OF THE HIGHER EDUCATION RANKINGS IN THE FIELD OF AGRICULTURAL EDUCATION

Péter Miklós Kórmives

The international higher educational rankings are ideal tools for the international comparison of the higher educational institutions. Creating, editing and publishing higher educational rankings became widely spreaded in the last decades, nowadays several rankings are evaluating the operating efficiency of the higher educational institutions. While creating the higher educational rankings their editors grade the compliance of the institutions by different criteria. The globally published rankings are able to draw attention of the international students on the Hungarian higher educational system so it is a national interest for the universities to bring good results in these ranking systems. The aim of this article is to investigate the methodology and criteria system of the international rankings and the investigation of their relevance in the fields of agricultural sciences. The article is based on an extended literature review.

THE ROLE OF FOOD CO-SHOPPING WITH PARENTS IN THE PROCESS OF HUNGARIAN YOUTH BECOMING CONSUMERS

Szilard Egyed

Observing the process of food consumption habits being generated gives a basis to achieve an improvement in the Hungarian population’s life standards, and in cutting expenses related to being overweight. For this reason, this article deals with one of the most important aspects impacting this process: food co-shopping with parents. Data collection took place in Budapest, around Tatabánya and Upper Hungary in Slovakia–inhabited by Hungarians. This article examines the activities in which food co-shopping is executed, the circumstances of them being carried out, and the health attributes of products bought during food co-shopping. The revealing study shows that parents in Upper Hungary and near Tatabánya tend to show significantly more conscious examples compared to those in Budapest, but there is still room for improvement in developing health-consciousness in all three geographical regions.





1. Herman Ottó Intézet Nonprofit Kft.
1223 Budapest, Park utca 2.
2. Herman Ottó Konferencia Központ
1223 Budapest, Nagytétényi út 190.
3. Lépcsős utcai buszmegálló:
33, 114, 133E, 138, 150, 213, 214
4. Campona parkoló
5. Budatétény vasútállomás

Intézetünk és a konferencia központ megközelíthető közúton és vasúton egyaránt, tömegközlekedéssel a Móricz Zsigmond körtér, a belváros és Csepel irányából is érkeznek buszok a Lépcsős utca megállóba.

Szeretnénk felhívni a figyelmet arra, hogy a személygépkocsival érkezők járműveikkel a szomszédos Campona bevásárlóközpont parkolójában tudnak biztonságosan parkolni, és a térképen jelzett útvonalakon, gyalogosan közelíthetőek meg épületeink!

